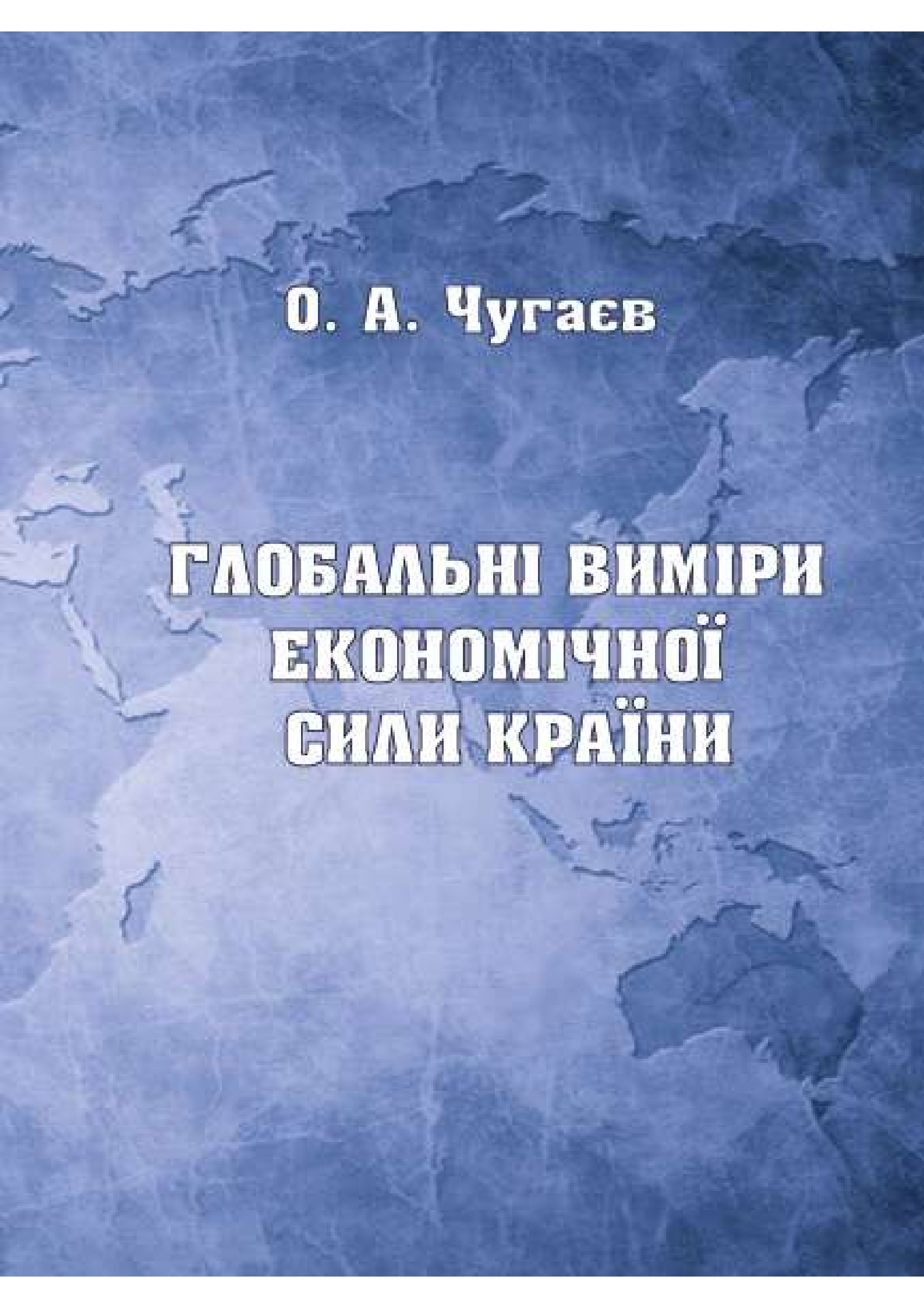




О. А. Чугаєв

**ГЛОБАЛЬНІ ВИМІРИ
ЕКОНОМІЧНОЇ
СИЛИ КРАЇНИ**

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

О. А. Чугаєв

ГЛОБАЛЬНІ ВИМІРИ ЕКОНОМІЧНОЇ СИЛИ КРАЇНИ

Монографія



УДК 339.98:330.5:32.019

Ч67

Рецензенти:

д-р екон. наук, проф. В. П. Ніколаєв,
д-р екон. наук, проф. С. В. Сіденко,
д-р екон. наук, проф. С. О. Якубовський

*Рекомендовано до друку вченою радою
Інституту міжнародних відносин
(протокол № 3 від 25 жовтня 2016 року)*

*Ухвалено науково-методичною радою
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
(протокол № 2–16/17 н. р. від 25 листопада 2016 року)*

Чугаєв О. А.

Ч67 Глобальні виміри економічної сили країни : монографія
/ О. А. Чугаєв. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2017. – 495 с.

ISBN 978-966-439-925-5

Розглянуто методи оцінки економічної потужності, стан та тенденції розподілу силового потенціалу між країнами світу. Акцентовано увагу на факторах національного економічного бренда. Досліджено ефекти впливу величини економіки на міжнародні торговельні, фінансові, міграційні зв'язки та їхнє регулювання. Охарактеризовано механізм і практику використання економічної сили для досягнення економічних та політичних цілей.

Для науковців, державних службовців, економістів-практиків, викладачів, які цікавляться міжнародними економічними та міждисциплінарними дослідженнями.

УДК 339.98:330.5:32.019

ISBN 978-966-439-925-5

© Чугаєв О.А., 2017

© Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
ВПЦ "Київський університет", 2017

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

АСЕАН – Асоціація держав Південно-Східної Азії
АТО – антитерористична операція
АТР – Азіатсько-Тихоокеанський регіон
ВВП – валовий внутрішній продукт
ВНД – валовий національний дохід
ВНП – валовий національний продукт
ГА ООН – Генеральна Асамблея Організації Об'єднаних Націй
ГАТТ – Генеральна угода про тарифи та торгівлю
САЕС – Євразійський економічний союз
ЄврАзЕС – Євразійське економічне співтовариство
ЗВТ – зона вільної торгівлі
ІКТ – інформаційно-телекомунікаційні технології
МВФ – Міжнародний валютний фонд
НАТО – Організація Північноатлантичного договору
НАФТА – Північноамериканська зона вільної торгівлі
ОЕСР – Організація економічного співробітництва
ПП – прямі іноземні інвестиції
ПКС – паритет купівельної спроможності
РНС – режим найбільшого сприяння
СПЗ – спеціальні права запозичення
СНД – Співдружність Незалежних Держав
СОТ – Світова організація торгівлі
ТНК – транснаціональна компанія
ФАТФ – Група розробки фінансових заходів боротьби з відмиванням грошей
ФРС – Федеральна резервна система
ЮНКТАД – Конференція ООН із торгівлі та розвитку
EI (*economic image index*) – індекс економічного іміджу
GDPs (*gross domestic product, share of world total*) – частка у світовому валовому продукті
НЕР (*hard economic power index*) – індекс твердої економічної сили

- IESD (*index of exports structural difference*) – індекс структурної відмінності експорту
- IIF (*investment information function*) – інформаційно-інвестиційна функція
- MIRAB (*migration, remittances, aid and bureaucracy*) – малі країни, що характеризуються еміграцією, переказами, одержанням допомоги та бюрократією
- PROFIT (*personal considerations affecting citizenship, residence and employment rights; resource management; overseas engagement and ultra-national recognition; finance and transportation*) – малі країни, що спеціалізуються на фінансах, а також персональних уподобаннях місця проживання, перевагах юрисдикції, нішевому виробництві та транспорті
- RSPI (*relative soft power index*) – індекс відносної м'якої сили економічного центру
- SEP (*soft power economic index*) – індекс м'якої економічної сили
- SITE (*small island tourism economies*) – малі країни, залежні від туризму
- TEP (*total economic power index*) – індекс сукупної економічної сили
- WII (*image index weighted by economic power*) – індекс іміджу країни, зважений за економічною силою країн-респондентів

ПЕРЕДМОВА

Незважаючи на процеси глобалізації, регіоналізації та транснаціоналізації, країни залишаються потужними суб'єктами у світовій економіці. Економічна сила країн є одночасно фактором і наслідком їх динаміки розвитку та величини економіки, а також аналогічних показників інших країн у міжнародному середовищі. Знання про розподіл економічної сили може сприяти передбаченню поведінки економічних суб'єктів та структурних зрушень у світовій економіці.

Багатоаспектність поняття економічної сили призводить до різноманітності її визначень, способів вимірювання та підходів до аналізу. Дискусійним залишається і питання паралельного існування різної термінології в межах дослідженої тематики. На нашу думку, концепція економічної сили поєднує в собі статичний компонент силового потенціалу та динамічний компонент активного впливу, об'єктивні параметри національних економік і суб'єктивні враження про їх впливовість та привабливість.

У нашому дослідженні ми поєднуємо різні течії економічної науки (у сфері світової економіки та міжнародних економічних відносин, економії масштабу, економічної влади, економічної політики, економічного суперництва і залежності, національного брендингу) та інших соціальних наук (у сфері міжнародних політичних відносин, національної сили, формування іміджу країни), що вносить у нашу роботу елементи інтердисциплінарності.

Поряд із систематизацією різних підходів і проведення метадослідження на основі існуючих наукових робіт, уточнення термінологічного апарату та багатокритеріальної класифікації у книзі описані результати досліджень автора різноманітними кількісними методами: комплексні статистичні індекси; контент-аналіз, вебометричний і наукометричний підходи; регресійно-кореляційний аналіз, кластерний, частотний аналіз; аналіз структурних відмінностей.

Україна є економікою середньої величини та користується помірними перевагами національного економічного бренда. Ці особливості мають бути враховані у процесі формування стратегії економічного розвитку та національного брендингу, регулювання зовнішньої торгівлі, інвестицій, валютно-кредитних відносин, інтеграційної політики, урегулювання економічних конфліктів. Крім України, ми також приділяємо особливу увагу таким ключовим світовим або регіональним центрам економічної сили як США, ЄС, Китай та Росія, порівнюємо малі та великі економіки.

Структура монографії побудована таким чином. У першому розділі уточнюється термінологічний апарат, обґрунтовується роль країн як ключового суб'єкта економічної сили, з'ясовується місце економічної сили у структурі сукупної національної сили країни; аналізується співвідношення з такими близькими поняттями як економічний потенціал, безпека, конкурентоспроможність, лідерство, розвиток тощо; запропонована багатокритеріальна класифікація видів економічної сили, обґрунтовується необхідність виокремлення таких специфічних видів як м'яка економічна сила, синхронізаційна й адаптаційна сила.

У другому розділі охарактеризовано існуючі методи оцінки економічної сили країн, визначено переваги та недоліки основних підходів; запропоновано власну методiku оцінки сили національного економічного бренда та звичайної економічної сили економічних суб'єктів різного рівня на основі інфометричних підходів; здійснено порівняння різних оцінок розподілу економічної сили у світі, з'ясовано основні закономірності, охарактеризовано провідні тенденції глобального перерозподілу економічної потужності; показано роль недержавних суб'єктів у формуванні національної економічної сили.

У третьому розділі увага зосереджена на характеристиці факторів національного економічного бренда на прикладі основних центрів економічної сили; проаналізовано вплив двосторонніх міжнародних торговельних, інвестиційних та інтеграційних зв'язків на локальний імідж національної економіки в країнах-партнерах та суб'єктивні оцінки щодо світового економічного лідерства; завершено розділ порівняльним аналізом чинників м'якої економічної сили України та її країн-сусідів.

У четвертому розділі проведено метадослідження і статистичний аналіз для виявлення відмінностей між малими та великими економіками у сфері зовнішньої торгівлі та її структури, міжнародного руху капіталу, валютно-кредитних відносин та міграції робочої сили; показано особливості зовнішньоторговельної, інвестиційної, валютної та міграційної політики в економіках різної величини.

П'ятий розділ присвячено розкриттю складових механізму використання економічної сили, мотивації у взаємодії між суб'єктами й об'єктами застосування економічного тиску; характеристиці сфери реалізації економічної сили, таких як економічне суперництво, експансія, експлуатація, санкції, війни та суперечки; детальніше проаналізовано мотивацію, засоби ведення, наслідки та способи врегулювання економічного конфлікту у трикутнику між країнами Заходу, Росією та Україною.

У кінці кожного підрозділу подано висновки, що коротко характеризують результати дослідження. Таблиці та схеми дозволяють охарактеризувати структуру відносин економічної сили, нерівномірність розподілу економічної потужності країн, зв'язки між аналізованими показниками, дію факторів й ефекти національної економічної сили.

У книзі узагальнено результати досліджень автора, виконаних упродовж 2009–2016 рр.

Автор висловлює подяку всім, хто причетний до цієї книги, надихав на творчий пошук, надавав підтримку і рекомендації.

Видавничо-поліграфічний центр
"Київський університет".
Версія не для друку

Розділ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЕКОНОМІЧНОЇ СИЛИ КРАЇНИ У СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ

1.1. Поняття економічної сили країни у світовій економічній науці

Міжнародні економічні відносини є відносинами між суб'єктами різного рівня (держави, фірми, фізичні особи тощо), які в межах свого рівня є значною мірою формально рівноправними. Проте вони наділені в нерівній мірі економічними ресурсами, що викликає фактичну нерівнозначність цих суб'єктів за мірою їх впливовості. Наявність такої нерівнозначності відображає поняття економічної сили.

Традиційно в економіці дослідники не приділяли поняттю сили достатньо уваги, але його розглядали в політичних науках [570, с. 3]. У багатьох політологічних працях, присвячених дослідженню сутності поняття сили, її факторам, виявам і вимірюванню силових потенціалів, економічний компонент сили країни розглядають, але лише як один із багатьох компонентів, таких як військовий, інформаційний тощо. Складнощі дослідження цього поняття також обумовлені неможливістю безпосереднього спостереження й однозначного вимірювання економічної сили [570].

Аналізом теоретичних основ сили країни та силових відносин у соціальних науках, зокрема, займалися Х. Анан, О. Арін, К. Боулдінг, С. Васильєв, А. Вірмані, Дж. Грехем, Ю. Давидов, Д. Джуліус, Е. Карайанніс, К. Кіндлбергер, Н. Комлева, А. Пірзаде, Д. Попеску, Р. Савялов, А. Уткін, М. Халуані, К. Хьон, М. Хонхуа, М. Шевченко, фахівці Інституту національних стратегічних досліджень США, корпорації RAND.

Різні аспекти економічної сили та її ролі для країн аналізували такі вчені: Дж. Грехем, В. Дементьєв, А. Іжболдін-Кронберг, Т. Виголко, К. Маркс, Дж. Міль, Л. Кібальник, Х. Кунднані,

Б. Маланчук, Т. Накано, В. Ойкен, Дж. Палермо, Ф. Перру, К. Ротшильд, А. Сєдова, Н. Стукало, Е. Тоффлер, М. Улмер, Г. Филюк, Е. Фрост, А. Хіршман, А. Шнипко, М. Ялі, К. Басу, С. Де, Р. Гош і Швета. Проте методологічна незавершеність економічних досліджень, неточна сутнісна визначеність поняття економічної сили та її формально-термінологічна нестійкість потребують обґрунтування необхідності використання концепції економічної сили в аналізі економічних відносин між країнами.

Суміжні економічні поняття розглядають, зокрема, М. Баїшев, І. Бобух, С. Карганов, В. Луцков, Т. Малова, С. Степаненко, С. Шумська (величина економіки та національне багатство), В. Дементьєв, Дж. Най, Д. Роткопф, В. Фомішина (економічні ресурси), О. Басюк, Н. Вишневська, Л. Горбач, О. Гупало, Н. Калюжна, О. Кондратюк, М. Макаренко, О. Панчоха, М. Чернов, О. Школьний, І. Яремко, (економічний потенціал), О. Баженова, В. Бантуш, Н. Бударіна, В. Геєць, В. Гребеник, Дж. Йонг, Я. Жаліло, А. Качинський, А. Коваль, А. Литвиненко, О. Ляшенко, В. Мазуренко, Н. Мамон, Б. Плескач, В. Сенчагов, А. Сухоруков, О. Черняк, Цз. Юн (економічна безпека), Т. Дос Сантос, Т. Еванс, Е. Кавальйо, Н. Резнікова, Дж. Френкель (економічна залежність), Г. Анилионис, Д. Бабич, Н. Зотова, А. Касьянова, Т. Шемет (економічний суверенітет), Л. Антонюк, Ю. Гончаров, А. Наливайко, Ю. Петін, Ю. Полунєєв, О. Сальник, А. Ходжаян, О. Швиданенко (конкурентоспроможність), А. Бойко, Т. Поверляк (стабільність та стійкість економіки), Р. Каппел, Ч. Кіндлбергер, У. Росту, С. Хантінгтон (економічне лідерство і гегемонія), Я. Столярчук, А. Філіпенко (економічний розвиток). Утім, зв'язок між цими поняттями й економічною силою мало висвітлений у науковій літературі.

У цій главі ми маємо на меті уточнити сутність і роль економічної сили країни як невід'ємного атрибуту розвитку міжнародних економічних відносин [243]. Ми також маємо на меті охарактеризувати економічну силу країни через її зв'язок з іншими поняттями, що висвітлюють окремі сторони економічної могутності країни [244].

Проблема уточнення термінологічного апарату. Зазначимо, що в роботі ми розглядаємо економічну силу, насамперед, у

розумінні англомовного еквівалента "*power*". Це слово можна перекладати також як здатність, потужність, міць, могутність, повноваження, влада. Пояснимо, чому саме ми надаємо перевагу терміну "*економічна сила*".

Економічну *потужність, міць і могутність* можна розглядати як синоніми. Вони є дійсно ключовою сутнісною характеристикою економічної сили країни як її здатності до впливу на інші суб'єкти. Наприклад, О. Арін надає перевагу терміну "*міць*" держави [12, с. 14], його ж використовує і С. Васильєв [35]. М. Шевченко звертає увагу на тісний зв'язок термінів "*могутність*" держави та "*сила*", "*елементи сили*", "*матеріальний і духовний потенціал*" [272].

Водночас зазначені терміни не охоплюють активний компонент економічної сили, а саме безпосередній вплив на інших суб'єктів як власне дію, а не здатність до неї. М. Шевченко зауважує, що могутність розглядається як статичне поняття, а сила є більш динамічним й операційним поняттям – це могутність, що використовується або може бути використана в конкретній ситуації [272].

Термін "*економічна здатність*" з лінгвістичного погляду є незавершеним, оскільки вимагає конкретизації того, про здатність до яких дій ідеться. Термін "*повноваження*" є юридичним терміном, тоді як економічний вплив здійснюється далеко не завжди в юридичній площині. Наприклад, мала країна може у деяких випадках мати повне право застосовувати економічні санкції проти більшої країни, але все ж не вдаватися до них через побоювання потужних неформальних заходів у відповідь.

Термін "*економічна влада*" вже активно використовувався, наприклад В. Дементьевим [61]. Проте, на нашу думку, економічна влада передбачає значною мірою відносини підпорядкування, які є менш властиві у відносинах між країнами. А сам термін влада більшою мірою характерний для політичної, а не економічної сфери. Дослідники концепції економічної влади абстрагуються від особливостей міжнародного економічного середовища і реалізації економічної сили на рівні багатьох країн і переважно досліджують владу на рівні мікроекономіки. Наприклад, як зауважує А. Іжболдін-Кронберг, під фізичними особами – суб'єктами економічної влади розуміють власників вели-

ких пакетів акцій корпорацій та інших осіб, що ухвалюють рішення (менеджери корпорацій, лідери профспілок та неприбуткових організацій, високі державні посадовці) – усі, хто впливає на правила гри в економіці та непрямом в політиці [76]. Л. Кібальник паралельно використовує терміни "економічний вплив", "економічна сила" й "економічна влада" [88].

Не заперечуючи справедливості застосування терміна "економічна влада" на теоретично-абстрактному або субнаціональному рівні, у відносинах між формально незалежними країнами ми надаємо перевагу терміну "економічна сила". Також поняття економічної сили, на наш погляд, є ширшим за поняття економічної влади. У найзагальнішому вигляді економічну силу можна розглядати як економічний вплив або впливовість суб'єкта сили на інших учасників, незалежно від ступеня навмисності, усвідомлення та відмінності від інтересів таких учасників.

Саме тому ми схилиємося до думки, що термін "економічна сила" є найточнішою назвою досліджуваного нами явища у світовій економіці, хоча не заперечуємо повністю можливості використання альтернативної термінології для окремих сторін економічної сили.

Методологічна необхідність поняття економічної сили в економічній науці. Т. Віголко поділяє економічні концепції (у розумінні школи, напрями) залежно від їхнього стосунку до влади на такі:

- що визнають її, але як тимчасове відхилення від нормального стану економіки (неокласична та неoinституціональна теорія);
- заперечуючі її значення для економічної теорії (австрійська та неоавстрійська школи);
- які визнають її значення в економіці (марксизм, інституціональна, посткейнсіанська, соціально-інституціональна теорії, теорія господарського порядку) [38].

А. Седова узагальнює три перепони на шляху дослідження влади в економіці:

- методологічні,
- нечітке тлумачення терміна влада,
- ідеологічні [185].

Економічна сила фактично була присутня в поглядах економістів ранніх періодів. Меркантилісти переслідували подвійну ціль збільшення багатства і сили при збільшенні профіциту торговельного балансу і зазвичай не бачили суперечностей між цими цілями [420, с. 4]. Дж. Міль показав, що матеріальні вигоди від міжнародної торгівлі не обов'язково порівну розподілені між торговельними партнерами [462]. У низці інших напрямів економічної теорії розглядали владні відносини: у марксизмі, теорії господарського порядку, інституційній теорії, теорії фірми, політичній економії, соціально-інституціональній теорії, теорії організацій [61, с. 7–11].

Домінуючі школи в межах ліберальної економічної парадигми негативно ставляться до залучення проблеми сили або влади до предмета економічного аналізу (за винятком поняття монопольної влади). Владу при цьому розглядають як відхилення від природного стану економічної системи.

Одним із пояснень є те, що поняття влади не так легко розглядати, оскільки воно не є чітко визначеним, таким, що безпосередньо спостерігається і вимірюється, явищем як, наприклад, ціна або обсяг продаж. Зокрема, В. Демент'єв зазначає, що складність визначення влади обумовлено багатоманітністю форм влади (грошей, сили, держави, економічної, духовної, закону, природи тощо). Влада є лише атрибутом соціальних, політичних або інших відносин і часто має прихований характер [61, с. 8–11, 19].

Недостатня увага до економічної влади в неокласичній економічній теорії викликана не тільки методологічними чинниками, а й певними ідеологічними причинами [61, с. 7–11]. Дійсно, внесення поняття економічної сили або влади до аналізу економічних процесів може суттєво похитнути довіру до основних постулатів ліберальної економічної доктрини у сфері ефективності розподілу ресурсів і справедливості наслідків зовнішньої та внутрішньої лібералізації економіки.

У неокласичній школі допускається існування все ж владних відносин у випадку монополії. У деяких сферах формуються монополії внаслідок таких причин:

- технологічні особливості галузі, де дуже високі постійні витрати;

- високі безповоротні витрати на специфічні фактори виробництва, що не можуть бути переорієнтовані на інші виробництва;
- надлишкові виробничі потужності для задоволення пікових потреб;
- володіння або виключне право експлуатації рідкісних чи унікальних ресурсів;
- інституційні чинники, що створюють бар'єри для появи конкурентів [217].

Монополії також виникають, тому що конкуренція стимулює постійне відтворення монополій унаслідок концентрації, відбувається диференціація товарів, великі відстані та транспортні витрати породжують локальні монополії, науково-технічні розробки забезпечують тимчасову монополію на нові продукти [217].

Для неоавстрійської школи характерна думка про відсутність владних відносин і в цій ситуації, оскільки обмін залишається добровільним. А проблеми влади та монополії викликані лише втручанням держави [185].

У марксизмі досліджується влада капіталу і багатства як основа капіталізму [38]. Проте в радянській марксистській науковій школі поняття економічної влади розглядали часто достатньо вузько – як примусові дії щодо представників класу найманих працівників [76]. Влада капіталу над працівником полягала у присвоєнні додаткової вартості. Працівник підпадає під владу капіталу під час угоди з продажу робочої сили в умовах нерівних економічних позицій сторін угоди, нерівноваги між попитом і пропозицією на робочу силу [38]. Капіталіст може прожити довше без працівника, ніж навпаки. Капітал також розглядають як командну владу над працею та її продуктами, сила якого полягає в купівельній спроможності [119].

Інституціоналісти зауважують: економіка це більше ніж ринок, це також система влади, що виходить за межі попиту і пропозиції, встановлює правила для ринків і впливає на вигоди та витрати [38]. З погляду соціального інституціоналізму Ф. Перру пояснює економічну нерівність відмінністю в розмірах виробництва і капіталу, асиметричністю інформації, приналежністю до різних сфер господарства [489].

Посткейнсіанці обґрунтовують наявність влади в економіці ієрархією економічних агентів і невпевненістю. Зважаючи на це для уникнення невпевненості компанії прагнуть влади над елементами свого середовища: постачальниками, клієнтами, державою та способом виробництва. У теорії господарського порядку В. Ойкена економічна влада допускається всередині компаній або як влада центрального банку, а загалом убачається негативний вплив економічної влади на господарський процес [38].

Сучасні прихильники концепції економічної влади розглядають такі її аспекти, як джерела, форми, масштаби, засоби реалізації, наслідки, методи обмеження, влада на мікро- і макрорівні, зв'язок економічної та політичної влади, конфлікти інтересів в економіці [76].

В. Дементьєв називає утопією неокласичний підхід в економіці як світ без примусу та влади. Насправді ж економічні агенти мають нерівні можливості щодо примусу один одного. І в цьому сенсі владні відносини є безпосереднім елементом економічних відносин, а не зовнішнім фактором. З огляду на це економічну систему розглядають як систему владних відносин [61, с. 12–15]. Як зауважує Е. Тоффлер людське життя передбачає як грошові, так і владні відносини [210, с. 55–57]. Б. Маланчук наголошує, що чистої економіки без впливу силових відносин між ТНК, державами та міжнародними організаціями не існує і не існувало [454].

Відносини економічної сили присутні в геоекономічних дослідженнях. Л. Кібальник характеризує геоекономіку як систему взаємовідносин між суб'єктами у світовому господарстві у сфері виробництва, обміну світовим продуктом, а також розподілу і перерозподілу ресурсів та світового доходу [87]. Ці відносини зазвичай розглядають в умовах прихованого чи явного економічного силового впливу.

Уведення до теорії та моделей компонентів економічної сили може зробити їх більш реалістичними з погляду пояснення реальних процесів в економіці, особливо в умовах нерівномірного розподілу різноманітних ресурсів, зрощення політичної влади та бізнесу, поширеності формального і неформального регулювання економічних процесів.

Залучення поняття економічної сили до економічної теорії є доцільним також із такої причини. Ключовою категорією економіки є гроші як універсальний еквівалент вартості. Відповідно, накопичення багатства у грошовій формі або не у грошовій формі (яке вимірюють також грошима) розглядають як цільову функцію діяльності економічних суб'єктів. З іншого боку, існують й альтернативні підходи, які розглядають немонетарні універсальні вартісні еквіваленти: час (як час витраченої праці або час, прожитий із задоволенням) або увага (особливо в рекламних цілях).

Так само ми можемо розглянути й економічну силу, як своєрідний немонетарний універсальний еквівалент вартості. Із цього погляду зрозумілою буде логіка такого висловлювання: К. Ротшильд зазначає, що люди можуть використовувати владу для зміни ринкового механізму, але прагнення до влади є так само чинником мотивації, як і прагнення до економічного багатства [511]. Дійсно, економічна сила у процесі її реалізації може бути конвертована в певну кількість багатства, вимірюваного у грошах, обсяг якого залежить від конкретних історичних умов розвитку суспільства. Зважаючи на це набуття більшої економічної сили є важливою складовою цільової функції для економічного суб'єкта. Силу як мету економічної діяльності (а не лише прибуток) також розглядає М. Улмер [562, с. 337]. Про конфлікт цілей максимізації національного доходу і максимізації національної сили зауважує й А. Хіршман [420, с. 20].

Країна як ключовий суб'єкт економічної сили. Т. Накано досліджує основи теорії економічного націоналізму як альтернативи економічному лібералізму та марксизму. Традиційно економічний націоналізм асоціюється з меркантилізмом, статизмом, індустріалізмом і протекціонізмом. Його інструментами були митні тарифи, субсидії фермерам, регулювання ринків, реорганізація промисловості. Проте часто змішували поняття нації та держави, націоналізму та статизму. У новій хвилі досліджень із 1990-х рр. ці поняття розрізняються. Економічний націоналізм передбачає такі цілі, як національна єдність, автономія та приріст національної сили. З огляду на це вільна торгівля також може бути в руслі економічного націоналізму, якщо вона збільшує силу країни [465, с. 211, 224].

У руслі подібного підходу ми також акцентуємо увагу на економічній силі саме країни, а не держави. Існуючі підходи щодо розгляду сили як атрибуту держави вже передбачали, що сила базується на активах не лише уряду. Наприклад, фахівці Інституту національних стратегічних досліджень США зазначають, що уряд здатний використовувати, пропонувати або утримувати активи, які є основою для його впливовості, навіть, якщо вони перебувають у приватних руках (наприклад, шляхом запровадження торговельного ембарго або обмежень на експорт до певних країн) [397, с. 7]. Н. Стукало звертає увагу на можливості держави використовувати податкову систему в інтересах економіки країни [199].

Ми розглядаємо країну умовно як сукупність її суб'єктів – резидентів (або навіть громадян) цієї країни, які мають умовно погоджені інтереси. Держава як владний апарат або державний сектор економіки при цьому є важливим, але лише одним із суб'єктів країни поряд із фізичними особами, компаніями, неприбутковими установами. До того ж будь-які інституції лише опосередковують інтереси фізичних осіб, тому саме задоволення потреб фізичних осіб є фінальною метою економічної та іншої діяльності.

Ускладнює ситуацію також визначення складових країни на основі їх формального резидентства. У реальності інтереси країни як узгоджені інтереси фізичних осіб (громадян або резидентів країни) можуть суттєво відрізнятися від інтересів окремих складових країни. Наприклад, формально заснована в країні компанія може належати нерезидентам або передавати основну частину доданої вартості закордон. Державні посадовці або політичні діячі можуть діяти не завжди в інтересах власної країни. Або громадянин країни, що формально перебуває за кордоном більше року, може мати ті самі інтереси як і мешканці країни, громадянином якої він залишається. Звичайно, подібних нюансів може бути багато й усіх їх урахувати неможливо, тому для методологічного спрощення ми використовуємо підхід на основі резидентства.

Відступаючи від принципу розгляду економічної сили на рівні країн, ми також розуміємо, що умовно погоджені інтереси можуть бути також на субнаціональному та наднаціональному

рівнях. У першому випадку йдеться про інтереси регіонів, галузей, класів, фірм, фінансових угруповань, політичних сил, етнічних груп, неформальних угруповань громадян, а в екстремальному випадку інтереси невизнаних держав або ворожих сторін в умовах збройних конфліктів. З іншого боку, наднаціональні спільні інтереси викликані процесами економічної та політичної інтеграції, спільною історичною спадщиною та соціокультурними чинниками, загальнолюдськими цінностями та загальнопланетарними процесами.

Утім, із міркувань методологічного спрощення та звуження предмета дослідження ми розглядаємо економічну силу саме країн із можливими застереженнями та винятками (наприклад, ЄС як інтеграційне утворення, яке досягло достатнього високого рівня інтеграції). Незважаючи на процеси глобалізації, транснаціоналізації та регіоналізації, країни залишаються основним суб'єктом міжнародних відносин і на цьому рівні існує достатньою мірою концентрація погоджених інтересів, принаймні внаслідок інституційної структури, спільного бюджету, регуляторного середовища, соціокультурних та історичних чинників тощо. А значною мірою відносний характер економічної сили робить не досить доречним розгляд її як атрибуту всього людства: зазвичай силу суб'єкта порівнюють із силою інших суб'єктів і лише зрідка із силою цього ж самого суб'єкта в інші моменти часу.

Роль економічної складової в загальній національній силі країни. Саме по собі поняття сили визначають по-різному. М. Улмер розглядає силу як атрибут конкуруючих соціальних груп [562, с. 337]. Як зауважують Е. Карайанніс, А. Пірзаде та Д. Попеску, сила є здатністю суб'єкта або сукупності суб'єктів впливати на результати таким чином, що його або їх інтереси домінують над інтересами інших [334, с. 32]. К. Кіндлбергер зазначає, що сила (power) є засобами сили (strength) разом з можливістю їх ефективного використання [439]. Це є найзагальніші визначення поняття сили в соціальних науках.

Розрізняють також два поняття сили: потужність або міць (power) і вплив або примус (force). Країна має потужність у тому сенсі, що інші держави не можуть ігнорувати її у процесі ухва-

лення своїх рішень [548]. У цьому випадку ці два англomовні терміни розрізняють силу як здатність та силу як дію.

М. Халуані визначає національну силу як величину і тривалість контролю країни над своїми ресурсами, цілями та можливостями внутрішньо та назовні. Контроль транслюється на вплив країни над проблемами, подіями, акторами та наслідками наднаціональної взаємодії [412, с. 4–5]. Національна сила держави також визначається як здатність держави робити внесок в економічну, фінансову та науково-технічну сферу міжнародного співтовариства; здатність виживати у кризових міжнародних умовах; здатність просувати свої національні інтереси [187, с. 7].

С. Васильєв розглядає міць як сукупність наявних і потенційних засобів і способів дій, використання або потенційне використання яких створює сприятливі умови для досягнення бажаних цілей носієм цієї міці. Міць характеризує здатність держави до експансії [35].

Національна сила визначається і як сума всіх ресурсів, доступних для нації для реалізації нею своїх інтересів. До її елементів належать географія, природні ресурси, населення, економічна, політична, військова, психологічна й інформаційна сфери [469]. Такий ресурсний підхід розглядає силу країни як здатність до дій.

А. Вірмані поділяє національну силу на потенціал сили, що базується на економічній силі та технологічних можливостях, і військову потужність [565, с. 2]. К. Боулдінг поділяє національну силу на:

- деструктивну (військово-політичну) – здатність руйнувати речі;
- продуктивну (економічну) – інструменти й обладнання для виготовлення речей;
- інтегративну (соціальну або, як зауважує К. Хьон, психологічну) – здатність створювати організації, сім'ї та групи, стимулювати лояльність, об'єднувати людей, розвивати легітимність, або в негативному сенсі: створювати ворогів і сіяти розбрат серед людей [422, с. 45; 325].

Т. Виголко виокремлює такі форми влади, що ґрунтуються на:

- економічних ресурсах і винагороді в обмін на підпорядкування;
- інформаційних ресурсах, переконанні раціональними аргументами або маніпуляціях (наданні неповної або неадекватної інформації);
- особистих якостях суб'єкта влади (авторитеті);
- адміністративних і політичних ресурсах;
- силі або загрозі її застосування [38].

Зовнішньополітична сила країни містить кілька складових. Р. Савялов відносить до них економічну, політичну, науково-технічну, морально-ідеологічну та військову [182], а Ю. Давидов – також інформаційну, соціальну й освітню [57]. С. Васильєв вважає компонентами геополітичної міцності держави військову, економічну, енергетичну, демографічну, інформаційно-кібернетичну й інформаційно-ідеологічну міць [35]. Китайський підхід комплексної національної сили країни передбачає урахування складових її сили в таких сферах, як економіка, військова сфера, наука і технології, освіта, ресурси в матеріальній та нематеріальній сфері та її міжнародний вплив [302, с. 2]. Ми можемо додати до цього переліку природно-ресурсну. Такий розподіл зазвичай не є чітким і всі інші складові торкаються економічних аспектів (не кажучи про те, що вони всі перетинаються між собою). Наведемо приклади.

Як наголошує С. Васильєв, військова міць характеризується боездатністю збройних сил, рівнем розвитку оборонно-промислового комплексу, відповідності військової доктрини загрозам, бойовим духом народонаселення [35]. При цьому військова сила опирається на оборонний бюджет і військово-промисловий комплекс. На думку Дж. Грехема, наявність економічних ресурсів дозволяє виробляти або закуповувати зброю за вільноконвертовану валюту. Тренування військового персоналу за допомогою лише економічних ресурсів ускладнене, але принципово і ця проблема може бути врегульована. Також оплата додає стимулів до формування професіоналізму у військового персоналу [404]. США на початку Другої світової війни мали відносно невеликі сухопутні сили, але величина економіки поряд з величиною населення, поту-

жністю флоту та географічним розташуванням дозволили стати їм одним із головних переможців у війні.

А. Шнипко також зауважує, що в межах суперництва у сфері військової підготовки багато чинників походять з економіки, зокрема збільшення військових бюджетів, розширення військово-економічної бази, боротьба за досягнення військово-технічної та військово-економічної переваги, розвиток зовнішніх військово-економічних зв'язків, забезпечення живучості економіки, військової позики та податки, використання ресурсів союзників і нейтральних держав [281, с. 108]. Більше того, окремі визначення власне економічної сили звужують її розуміння до здатності фінансувати більший оборонний бюджет [386].

Проте взаємовідношення економічної та військової потужності не завжди пропорційні. Зазначається, що економічна база для військових витрат може мати спадаючу граничну корисність. По мірі досягнення критичної військової сили, що здатна завдати неприйнятної шкоди навіть переважаючим силам потенційного суперника, подальші витрати на оборону матимуть мінімальний ефект [51].

Як стверджує А. Уткін, також економічна міць, політична та військова могутність не завжди конвертуються одна в одну. Наприклад, у 1990 р. залежна від поставок близькосхідної нафти економічно потужна Японія не могла нічого вдіяти із захопленням Іраком Кувейту, поки в дію не вступила військова сила США. Схожий приклад він наводить у випадку спроб дій західноєвропейців у конфліктах у Боснії та Герцеговині та Косово [212, с. 246]. А Х. Кунднані визначає Німеччину як приклад суто геоекономічної сили, а не військової [445, с. 42].

Щодо політичної сили, то вона базується зокрема на можливостях ефективного фінансування управлінського апарату держави або можливостях економічно стимулювати політичних союзників. Науково-технічна сила основана на високотехнологічних галузях економіки, фінансуванні освіти, досліджень, економічній привабливості для припливу високваліфікованих кадрів. Природно-ресурсна сила пов'язана з технічними та фінансовими можливостями освоєння ресурсів, здатністю виторговувати високі ціни за ресурси або високу плату за право їх видобут-

ку. Енергетична сила є елементом економічної та природно-ресурсної. С. Васильєв характеризує енергетичну міць наявністю енергетичних ресурсів, рівня їх розробки, ступенем освоєності, розвиненістю систем транспортування енергоносіїв до місць переробки та споживання, умовами розвитку міжнародних транзитних коридорів [35].

Ідеологічна міць базується, на думку Н. Комлевої, на таких ментальних ресурсах, як ідеологія, цінності традиційної культури, досягнення науки, мистецтва, літератури, спорту, домінантна громадська думка, емоційна атмосфера соціуму [95]. С. Васильєв характеризує інформаційно-ідеологічну міць як здатність до розширення і проникнення у ментальний простір інших геополітичних акторів [35]. Морально-ідеологічна сила, на нашу думку, також базується на можливостях фінансування освіти, PR-заходів, виплаті достатньо високої зарплати службовцям, що не створює стимулів для зловживань заради виживання або досягнення матеріального достатку.

На думку С. Васильєва, інформаційно-кібернетична міць означає здатність розробляти, виробляти й ефективно використовувати програмне забезпечення і комп'ютерну техніку [35]. Ми можемо сказати, що інформаційна сила базується на можливостях фінансування збору й обробки інформації та поширення сприятливої інформації для країни через засоби масової інформації.

Соціальна сила передбачає досягнення соціальних стандартів, підкріплених відповідним рівнем економічного розвитку та продуктивності праці. Освітня сила ґрунтується на фінансуванні освіти власних громадян або іноземних громадян у країні. Демографічна сила базується на можливостях забезпечити належні матеріальні умови для народження та збереження здоров'я людей, залучення закордонної робочої сили або, навпаки, підтримки корисних зв'язків з емігрантами.

Інше структурування національної сили з наданням більшої ваги військовій компоненті використовують фахівці корпорації RAND: її розглядають як сукупність трьох компонентів:

- природні ресурси – доступні або вироблені країною;
- національна ефективність – характеризує ефективність уряду та суспільства загалом;

- військові можливості – стратегічні ресурси та здатність до їх використання [558, с. 4].

Д. Джуліус зазначає, що між економічною силою і військовою є принципові відмінності. Застосування військової сили є грою з нульовою сумою: виграє сильніша сторона за рахунок слабшої. Економічна ж конкуренція не є грою з нульовою сумою. Наприклад, обидві країни завдяки міжнародній торгівлі можуть виграти. Причому розповсюдженими є випадки, коли бідніша країна може виграти навіть більше, ніж багатша. Так само від утворення єдиної валюти слабші країни можуть більше виграти, ніж сильніші (хоча зауважимо, що ця думка була висловлена до виникнення боргової кризи у ЄС). Інакше кажучи, економічний виграш однієї країни не обов'язково відбувається за рахунок іншої [435]. Однак це не означає, що поняття економічної сили не є актуальним, оскільки виграш, втрати та ступінь впливу країн не є однаковим.

Уточнення сутності економічної сили. Перейдемо до визначення власне економічної сили. Одні автори при цьому розглядають економічну силу загалом, інші – економічну силу на рівні країни, деякі – на рівні держави.

На думку Дж. Грехема, економічна сила може бути визначена як можливість впливати на інші держави за допомогою економічних засобів [404] (абстрагуючись від розгляду недержавних суб'єктів за межами та всередині країни). Також економічну силу держави розглянуто як "ступінь та інтенсивність впливу економічної потужності держави на систему міждержавних відносин або окремі країни" [20, с. 63]. На думку М. Ялі, економічна міць – це "спроможність підтримувати свою військову силу і поширювати власний вплив у світі" [290]. Е. Фрост визначає економічну силу як "здатність до контролю або впливу на поведінку інших через умисне та політично мотивоване використання економічних активів" [386].

Іншими словами, використовується підхід, коли економіка є джерелом сили, а інші сфери поряд з економікою можуть бути об'єктом впливу. Зокрема, економічна сила може відображати всю сукупність економічних активів і способів їх використання для досягнення різних цілей: економічних, політичних, військо-

вих, науково-технічних, інформаційних, соціальних, демографічних, культурних, екологічних тощо. Наприклад, бажання Японії стати одним із постійних членів Ради Безпеки ООН аргументується тим фактом, що вона є світовою економічною силою та сплачує один із найбільших внесків до бюджету ООН [179].

Ми також дотримуємося цього підходу, але альтернативний погляд принципово також може мати право на існування, хоча він є дискусійним. Ідеться про вплив різними засобами (політичними, військовими тощо) на економічну сферу інших країн. Близькими до такого підходу є погляди Дж. Палермо, який визначає економічну владу як здатність особи або групи осіб цілеспрямовано досягати економічних результатів навіть проти волі решти [482]. С. Васильєв характеризує економічну міць як здатність держави розширюватися в економічному просторі [35]. Подібний підхід може відображати можливості використання різних ресурсів (економічних, політичних, військових, інформаційних, науково-технічних, демографічних, екологічних, соціальних тощо) для досягнення економічних цілей, таких як валова додана вартість, бажаний розподіл благ, частка на ринку, контроль за активами та виробництвом тощо.

Як зауважує А. Шнипко, військово-економічне суперництво поряд із суто економічними війнами може мати досягнення економічних цілей (завдання шкоди економіці суперника та збереження власної економіки) військовими засобами: знищення військової техніки й інших матеріальних ресурсів, розлад транспортних комунікацій, диверсії проти економічних об'єктів, бомбардування економічних об'єктів, ракетно-ядерні удари, захоплення економічно важливих регіонів, захист тилу, військово-економічна розвідка, маскування підприємств, мобілізаційне розгортання економіки, екологічна і метеорологічна війна [281, с. 108].

На нашу думку, занадто вузьким підходом буде ще один можливий альтернативний погляд, коли як економічну силу розглядатимуть економічні можливості, що використовувалися для досягнення економічних цілей.

Розглянемо тепер співвідношення поняття економічної сили з іншими близькими до нього економічними поняттями. Узагальнено ці співвідношення зображено на рис. 1.1.



Рис. 1.1. Економічна сила і суміжні поняття

Джерело: складено автором.

Величина економіки. Величина економіки є базовою основою для вимірювання економічної сили країни. Усі інші параметри економіки є лише модифікуючими чинниками, що посилюють або послаблюють економічну впливовість країни щодо величини її економіки.

Традиційним способом вимірювання величини економіки є її валовий внутрішній продукт (ВВП), а якщо виходити з методики на основі резидентства – валовий національний дохід (ВНД). Із зазначених міркувань країна з більшим ВВП, особливо з позитивним сальдо балансу доходів (на основі кращої міжнародної інвестиційної позиції або більшою рентабельністю закордонних активів порівняно із зобов'язаннями перед рештою світу), за інших рівних умов буде об'єктивно сильнішою за країну з меншим ВВП. Наприклад, у разі економічного протистояння закриття ринку великої країни для експортерів малої країни буде

для останньої більшим тягарем, ніж закриття ринку малої країни для експортерів великої країни.

Хоча є й інші погляди. С. Карганов вважає, що ВВП та інші показники системи національних рахунків не придатні для оцінки ефективності геополітики країни [83]. М. Баїшев зауважує про необхідність доповнення ВВП терміном чистий економічний добробут, який охоплює також товари та послуги тіньової економіки (тієї частини, що не має деструктивного характеру), віддалену самостійну роботу, збільшення вільного часу і не бере до уваги витрати на відновлення довкілля [16, с. 16]. Проте вільний час навряд чи слід асоціювати з економічною силою, крім випадків потенційної економічної сили, оскільки він може бути використаний для збільшення виробництва або освіти.

Проте ці підходи не враховують розмір економіки як вартість активів (ураховує лише вартість вироблених товарів і послуг / одержаних доходів за одиницю часу), тобто накопичене багатство країни. Воно також є важливим показником економічної могутності.

Згідно із системою національних рахунків, національне багатство – це сукупність нефінансових активів країни та її чистих вимог до решти світу [283]. Національне багатство визначається також як сукупна вартість економічних благ у ринкових цінах у власності резидентів країни за винятком фінансових зобов'язань [117]. І. Бобух і В. Луцков визначають національне багатство через потенціал соціально-економічного розвитку, в основі якого є ресурси у власності резидентів. Національне багатство охоплює національний капітал і незадіяні ресурси [24]. Воно визначається також як сукупність накопичених матеріальних благ і предметів споживання, створених працею попередніх та теперішніх поколінь, і природних та фінансових ресурсів, залучених до економічного обороту [196].

Дискусійним залишається, чи характеризує сукупність споживчих благ економічну силу. На нашу думку, у більшості випадків так, оскільки вони посилюють переговорну позицію споживачів країни, оскільки нові товари, що купуються ними, мають для споживачів меншу граничну корисність. І лише у виняткових випадках накопичені споживчі товари не посилюють або

навіть послаблюють економічну силу країни (наприклад, морально застарілі та витратні в експлуатації товари, шкідливі для здоров'я товари).

Економічні ресурси. Згідно з Д. Роткопфом, економічна сила базується на ресурсах у межах національних кордонів та здатності продавати їх або виготовлену з них продукцію на вигідних умовах на світових ринках [510]. Економічні ресурси країни О. Кондратюк визначає як "усі накопичені ресурси, що розташовані на її території та за межами, до яких належать матеріальні цінності, наукові, інтелектуальні, інформаційні та трудові ресурси, підприємницькі здібності, а також природні ресурси, які характеризуються загальним обсягом, структурою і якістю" [96].

На нашу думку, економічна сила країни як здатність впливає з ресурсів різного виду, щодо яких країна має відносини власності, контролю, регулювання або доступу. При цьому ми виділяємо окремо відносини контролю, регулювання та доступу від відносин власності.

Контроль може бути без права власності, наприклад, внаслідок наданих повноважень щодо управління. Так, центральні банки одних країн можуть надавати послуги з управління валютними резервами іншим центральним банкам. У такому випадку контроль передбачає розпорядження ресурсами не обов'язково, насамперед, у власних інтересах. Проте, принаймні теоретично, суб'єкт, що контролює ресурси, може їх використати у власних інтересах на шкоду інтересам власника.

Відносини регулювання передбачають обмежені контролюючі функції суб'єкта регулювання. У такому випадку суб'єкт регулювання встановлює достатньо широкі рамки, у яких суб'єкт, що володіє або контролює ресурси, може ними розпоряджатися. Класичним прикладом цього є регулювання державою цін на товари, що продає фірма – власниця цих товарів.

Відносини доступу передбачають можливість користування ресурсами без набуття права власності на них та їх контролю. Наприклад, суб'єкти країни можуть користуватися контентом у вільному доступі в Інтернеті, незахищеними правом інтелектуальної власності технологіями, нелегально використовувати об'єкти прав інтелектуальної власності, або мати доступ до послуг

державного апарату своєї країни для захисту своїх інтересів на зовнішніх ринках.

Такий підхід є схожим на підхід В. Дементьєва (замість економічної сили в його працях використовується термін економічна влада). Він стверджує, що контроль за ресурсами влади може бути в таких формах:

- право власності;
- делеговані повноваження щодо управління;
- використання ресурсів влади третьої особи без права власності або повноважень на управління (наприклад, фізична особа може користуватися перевагами внаслідок влади держави) [61, с. 46].

В. Дементьєв виокремлює значимі ресурси та ресурси насилля. Ресурси насилля передбачають можливість загрози життю та здоров'ю, обмеження волі, вилучення майна та доходів, позбавлення можливостей займатися певною діяльністю [61, с. 56]. Наприклад, у міжнародній економічній площині це може бути бюджет для фінансування військових операцій, потужності для експорту небезпечних для життя та здоров'я людей товарів, обмежуюча міграційна політика, монопольне становище тощо. Значимі ресурси мають позитивне значення для задоволення потреб. В обмін на них об'єкт влади погоджується нести витрати на користь суб'єкта влади. До них належать:

- економічні ресурси (споживчі блага, грошові кошти, матеріальні ресурси, умови для одержання доходів, робочі місця тощо);
- інформаційні ресурси, знання;
- особисті якості суб'єкта;
- адміністративні та політичні ресурси (рішення, призначення на посади, нормативні акти тощо);
- ресурси насилля [61, с. 46–47].

Це можуть бути, наприклад, продукти харчування як гуманітарна допомога; вільні кошти для надання пільгових кредитів; енергоносії за пільговими цінами; митно-тарифні преференції; робочі місця, для яких може бути спрощений режим допуску іноземців; технологічні знання; право голосу в міжнародних

економічних організаціях; матеріальна допомога для фінансування збройних сил об'єкта.

Наявність значимих ресурсів є джерелом влади у таких випадках:

- нерівномірний розподіл цих ресурсів серед економічних агентів (що визначає рівень монополізації);
- нерівна еластичність попиту на ресурси;
- нерівна значимість ресурсів (зазначимо, що цей пункт тісно пов'язаний із попереднім, але його виокремлення може бути доцільним у випадку важкості вартісного виміру ресурсів);
- відсутність рівноваги між попитом і пропозицією на конкурентному ринку;
- асиметрія в розподілі інформації між сторонами;
- асиметрія в розподілі специфічних ресурсів;
- асиметрія купівельної спроможності [61, с. 50–52].

На досліджуваному нами рівні це може бути викликано, наприклад, такими причинами:

- певні країни можуть мати непропорційно великі запаси енергоносіїв, розробки у сфері високих технологій, великі фінансові ресурси або вирішальну кількість голосів у міжнародних економічних організаціях;
- країни-експортери енергоносіїв традиційно мали більшу економічну силу внаслідок нееластичності попиту на ці товари;
- місце однієї країни у впливовішій економічній організації з меншими внесками до капіталу може виявитися більш важливим ніж голоси іншої країни в іншій організації;
- за несприятливих агрокліматичних умов країни – нетто-імпортери продуктів харчування можуть потрапити в невигідне становище, незважаючи на те, що ринок харчування є достатньо конкурентним; у схожій ситуації опиняються країни після бульбашки на ринку нерухомості;
- при поставках товарів одна сторона може не знати про складне становище в контрагента і не скористатися можливостями для досягнення кращих умов для угоди;

- у невідповідному стані може опинитися країна, у якій значну частину займають вузькоспеціалізовані виробничі потужності для виробництва товарів, на який надовго впав попит, а переорієнтувати виробництво без суттєвих витрат не є можливим;
- низька купівельна спроможність населення і держави призводить до того, що інтереси спрямовуються насамперед на задоволення поточних потреб, що не додає сили в переговорах з іншими країнами щодо довготермінових планів.

Проте, як зауважує Дж. Най, "влада, що вимірюється в ресурсах, зрідка дорівнює владі, що вимірюється у бажаних результатах" [141]. Ті ресурси, що дозволяють виплати в одній ситуації, не обов'язково допоможуть в іншій [472]. В умовах глобалізації економічна сила країни базується не тільки на ресурсах, а й комплексній системі міжнародної взаємодії та залежностей [315, с. 8]. А. В. Фомішина наголошує на важливості ресурсів як складових національного багатства та необхідності їх кількісної та якісної збалансованості [221].

Економічний потенціал. Економічна сила як здатність до впливу, ґрунтується на наявності ресурсів, тісно пов'язана з поняттям економічного потенціалу. Він характеризує наявність у країні ресурсів, але не гарантує ефективного їх використання внаслідок структурної нестачі окремих видів ресурсів (фінансові ресурси, людський капітал, управління, технології тощо), особливо в умовах кризи, коли навіть велика країна стає об'єктивно слабшою та ймовірно менш впливовою у світі. Проте економічний потенціал – це можливість. Як вважає О. Школьнік, країна з потужним економічним потенціалом може здобути суттєву економічну силу на глобальних ринках [278]. М. Шевченко звертає увагу на те, що могутність держави є реалізованою частиною її потенціалу [272]. Наведемо кілька визначень економічного потенціалу країни:

- "сукупна здатність галузей народного господарства виробляти промислову та сільськогосподарську продукцію, здійснювати капітальне будівництво, перевезення вантажів, надавати послуги" [145];
- "сукупна здатність економіки країни, її галузей, підприємств, господарств здійснювати виробничо-економічну

діяльність, випускати продукцію, товари, послуги, задовольняти запити населення, суспільні потреби, забезпечувати розвиток виробництва та споживання" [96];

- обсяги продукту країни, яких можна досягти в перспективі за оптимального використання сформованих ресурсів [55].
- "ресурси країни, які при повному їх використанні дозволяють отримати максимальний валовий національний продукт" [1];
- "економічний потенціал країни визначається кількістю трудових ресурсів і якістю їх професійної підготовки, обсягом виробничих потужностей промислових, будівельних організацій, виробничими можливостями сільського господарства, довжиною транспортних магістралей та наявністю транспортних засобів, розвитком галузей невиробничої сфери, досягненнями науки та техніки, ресурсами розвіданих корисних копалин, тобто тими елементами, які в сукупності утворюють продуктивні сили суспільства, та залежать від розмірів національного багатства країни" [96];
- "об'єктивні можливості, якими володіє держава (коаліція), для виробництва матеріальних благ і послуг з метою задоволення цивільних та військових економічних потреб суспільства за максимального напруження сил" [233].

Як бачимо, у перших трьох визначеннях використовують підхід на основі цілей, проте як одна з таких цілей не розглядається здатність до впливу на решту світу. У трьох наступних визначеннях використовується ресурсний підхід, де розглянуто такі самі ресурси, що лежать в основі економічної сили країни. Останнє визначення поєднує ці два підходи. Крім ресурсного і цільового підходів, Л. Горбач і Н. Вишневська також виокремлюють територіальний і галузевий підходи до визначення економічного потенціалу [47]. Н. Калюжна звертає увагу на обмеженість ресурсної концепції визначення потенціалу, хоча вона і є розповсюдженою [80]. Вона виокремлює такі підходи, крім ресурсного: ресурсно-цільовий, ресурсно-результативний, потенціал як здатність, можливість, соціально-економічна характеристика [79].

Іноді поняття економічний потенціал визначають через термін економічна сила: як економічну силу або здатність суспільс-

тва створювати матеріальні блага та послуги, що характеризується сукупністю економічних засобів, джерел, запасів, економічних можливостей, якими володіє суспільство і які можуть бути використані ним для досягнення соціально-економічних цілей [47]. Як стверджує О. Басюк економічний потенціал – це "комплексна характеристика рівня економічної могутності нації, наявних ресурсів і можливостей забезпечувати розширене відтворення, суспільні потреби та соціально-економічний розвиток [19]. М. Ялі розглядає економічну міць як складову потенціалу могутності держави поряд із військовою силою, науково-технічним потенціалом, організаційним ресурсом і креативним ресурсом (здатність до інновацій та м'яка сила) [290]. Протилежний підхід передбачає, що економічний потенціал, поряд із соціальним, науково-технічним, військовим та морально-політичним є складовою могутності держави [272].

В. Фомішина зауважує, що економічна сила характеризує теперішні можливості економіки, а економічний потенціал – майбутні [221]. О. Гупало та І. Яремко розглядають як зрівноважені або близькі терміни економічний потенціал і ринковий потенціал, економічна сила, економічна потенція, виробничий потенціал, національне багатство, народногосподарський потенціал [55]. М. Макаренко та О. Панчоха звертають увагу на те, що часто отожднюються поняття стратегічний потенціал, економічна міць, народногосподарський потенціал, національне багатство [113].

О. Кондратюк розглядає такі складові економічного потенціалу (які також ми можемо розглядати як компоненти економічної сили):

- виробничий потенціал (формується основними виробничими фондами);
- трудовий (кількість і якість робочої сили з урахуванням можливості її зростання);
- природно-ресурсний (мінерально-сировинні, земельно-грунтові, агрокліматичні, водні, гідроенергетичні, біологічні, природно-рекреаційні ресурси, географічне положення, клімат, екологічна ситуація);
- фінансовий (грошові фонди підприємств, громадян та держави);

- науковий (здатність до продукування знань, що втілюються у винаходах та інноваціях);
- техніко-технологічний (сукупність методів залучення засобів праці у виробництво);
- інформаційний (інформаційні ресурси, інформаційна техніка і технології, створення, збирання, накопичення, обробка і використання інформації на користь суспільства);
- експортний (здатність виробляти конкурентоспроможну продукцію для реалізації на світових ринках) [96].

При цьому виділяють також такі компоненти економічного потенціалу:

- об'єктивний – сукупність ресурсів;
- суб'єктивний – здатність працівників та управлінського апарату до використання ресурсів [96], хоча останнє ми можемо віднести також до ресурсів особливого характеру, а саме людських ресурсів.

О. Басюк наголошує, що економічний потенціал у межах індустріального суспільства охоплює потенціал природних ресурсів (їх продуктивність), потенціал людських ресурсів (їх здатність до праці), потенціал галузей матеріального виробництва й інфраструктури, але доповнює їх потенціалом наукової (інформаційно-технологічної) сфери, соціальної інфраструктури, ринкової інфраструктури, екологічними, суспільно-географічними та суспільно-політичними факторами розвитку суспільства [19].

Економічна безпека. На нашу думку, економічна безпека суттєво впливає на економічну силу, але безпосередньо меншою мірою залежить від величини економіки. Мала стабільна економіка може характеризуватися кращим рівнем економічної безпеки та сили, ніж велика у стадії глибокої рецесії та великого зовнішнього боргу. І в цьому сенсі економічну безпеку можна розглядати як модифікуючий чинник. З іншого боку, як стверджує А. Литвиненко, національна безпека опирається на економічну й інші види міці держави: фінансову, технологічну, політичну, військову тощо [106]. Наведемо кілька визначень економічної безпеки країни в наукових джерелах:

- "здатність забезпечувати зростання життєвих стандартів для всього населення внаслідок національного економіч-

ного розвитку, підтримуючи при цьому економічну незалежність", вона охоплює дві складові: конкурентоспроможність і незалежний економічний суверенітет (Цз. Юн) [579, с. 66];

- "економічний і соціально-економічний аспекти національної безпеки полягають у забезпеченні сталості соціально-економічної системи держави, удосконаленні структури народного господарства, захисті його від зовнішніх та внутрішніх загроз, подоланні кризових явищ в економіці і соціальній сфері" (А. Качинський) [84, с. 132];
- "сукупність умов, за яких країна здатна в довготерміновому режимі задовольняти свої інтереси та потреби; генерувати інноваційні зрушення в економіці; протистояти зовнішнім загрозам і використовувати національні конкурентні переваги" (А. Сухоруков) [201, с. 11];
- "стан економіки, суспільства й інститутів державної влади, за якого забезпечується реалізація та гарантований захист національних економічних інтересів, прогресивний соціально-економічний розвиток України, достатній оборонний потенціал навіть за несприятливих внутрішніх і зовнішніх процесів" (згідно із Концепцією економічної безпеки України) [129, с. 11];
- Я. Жаліло її також визначає як "складну багатофакторну категорію, що характеризує здатність національної економіки до розширеного відтворення з метою задоволення на визначеному рівні потреб власного населення і держави, протистояння дестабілізуючій дії чинників, що створюють загрозу стійкому збалансованому розвитку країни; забезпечення конкурентоспроможності національної економіки у світовій системі господарювання" [129, с. 13].

Економічна безпека передбачає наявність таких елементів: економічна незалежність (контроль за національними ресурсами, конкурентоспроможність, участь у зовнішніх зв'язках на рівних), стабільність чи стійкість (захист власності, надійні умови для підприємницької діяльності, стримування дестабілізуючих факторів), здатність до саморозвитку і прогресу (сприятливий клімат для інвестицій та інновацій, модернізація виробницт-

ва, підвищення професійного, освітнього та загальнокультурного рівня працівників) [129, с. 14].

Н. Мамон виокремлює такі концептуальні підходи до визначення економічної безпеки:

- гарантованого захисту національних інтересів;
- статусу й економічного суверенітету;
- стійкості;
- прийнятного рівня доходів на душу населення, виробництва, споживання та зайнятості;
- незалежності;
- ефективного виробництва ресурсів;
- гарантії уникнення невинуватої шкоди;
- нейтралізації джерел негативних шоків [118].

На національному рівні Н. Мамон вважає важливими такі елементи економічної безпеки:

- здатність економіки забезпечувати розширене відтворення без критичної залежності від імпорту;
- прийнятний рівень життя населення;
- стійкість фінансової системи країни;
- єдність економічного простору країни;
- протидія криміналізації суспільства;
- адекватне державне регулювання, що дозволяє ринковій економіці ефективно функціонувати за нормальних та екстремальних умов [118].

Хоча зазначається, що економічна безпека є важливим фактором конкурентоспроможності країни [111], на нашу думку, поняття економічної безпеки, насамперед, характеризує можливості уникнення найгірших сценаріїв розвитку подій, часто не акцентуючи увагу на різниці між відмінними та задовільними результатами економічної діяльності.

Усе ж особливо важливою є роль економічної безпеки у формуванні економічної сили як здатності до протистояння загрозам зовнішнього впливу іноземних суб'єктів та внутрішніх деструктивних процесів. Загрози економічній безпеці – це "чинники, що ускладнюють саморегуляцію економіки та реалізацію економічних інтересів, спричиняють вихід економічних показ-

ників за межі нормативних або граничних значень" [201, с. 11]. Їх також можливо розглядати як фактори економічної сили країни, але негативні. За аналогією з поглядом на те, що зовнішні загрози – це національна сила інших країн, що охоплює науково-технічний, фінансово-економічний та оборонний потенціал [187, с. 66], можемо зауважити, що загрози економічній безпеці країни – це часто сила (передусім економічна) інших країн.

Саме поняття економічної безпеки структурується таким чином. Виокремлюються види економічної безпеки: фінансова, інвестиційна, інноваційна, продовольча, енергетична, зовнішньоекономічна [201, с. 12], або структурні елементи економічної безпеки: енергетична, фінансова, соціальна, інноваційно-технологічна, продовольча, зовнішньоекономічна, демографічна, екологічна [129, с. 14]. Усі вони пов'язані з різними складовими економічної сили країни.

Наприклад, Н. Бударіна вважає фінансову безпеку "станом фінансово-кредитної сфери держави, що характеризується збалансованістю і якістю фінансових інструментів, стабільністю до внутрішніх і зовнішніх негативних факторів, здатністю забезпечувати достатні обсяги фінансових ресурсів для всіх суб'єктів господарювання". Вона дозволяє стабільно та збалансовано розвиватися грошово-кредитній, банківській, бюджетній, податковій та інвестиційній системам [29]. В. Сечагов дає інше визначення фінансової безпеки – це "стан фінансово-банківської системи, за якої держава може в певних межах гарантувати загальноекономічні умови функціонування державних установ влади та ринкових інститутів [187, с. 59]. Він також виокремлює оборонно-промислову безпеку як "стан військово-промислового комплексу, його здатності до підтримки військової (оборонної) безпеки за найнесприятливішого розвитку міжнародної ситуації та загроз зниження геополітичного статусу" [187, с. 61].

В. Мазуренко також поділяє економічну безпеку на:

- антикризову,
- в умовах мирного часу,
- в умовах військових конфліктів,
- в умовах жорсткого економічного протистояння з певною державою,

- в умовах ізоляції,
- в умовах високого рівня інтегрування у світову економіку [112, с. 425].

Вони також перегукуються з різними концепціями економічної сили (сила зсередини, сила до, сила разом, сила над [573, с. 310–311]).

Економічна незалежність. Вона передбачає незалежність держави щодо формування та розвитку своєї економічної системи та здійснення зовнішньоекономічної діяльності в інтересах свого народу [70]. Економічна незалежність країни є складовою економічної безпеки, що дозволяє їй протистояти зовнішньому впливу.

Протилежна ситуація – економічна залежність означає обумовленість економіки країни розвитком іншої, якій вона підпорядкована, що спричиняє нерівномірний розвиток зазначених країн [168, с. 63]. Н. Резнікова зауважує, що це більше ніж вразливість: якщо на економічно вразливі країни можуть вплинути економічні заходи інших країн, але вони здатні мінімізувати шкоду завдяки гнучкості та диверсифікованості економіки, то економічно залежні країни нездатні цього зробити через вузьку спеціалізацію та негнучкість [168, с. 95].

Т. Дос Сантос виокремлює три типи структурної залежності:

- колоніальна (монополія на торгівлю, землю, видобуток природних ресурсів, робочу силу в метрополії);
- фінансово-промислова (концентрація капіталу у вузькому колі країн, інвестиції у виробництво сировини та сільське господарство в залежних країнах для експорту в метрополії);
- технологічно-індустріальна незалежність за участі ТНК (що інвестують у розвиток також імпортозаміщуючої промисловості країн, що розвиваються) [358].

Т. Еванс звертає увагу на такі вияви економічної залежності:

- залежність від викопного палива,
- продовольча,
- як спадок колоніалізму,
- у термінах виснаження екосистем,
- як вияв культурної експансії,

- через адаптацію ідеї вільної торгівлі,
- через доларову гегемонію та Бреттон-Вудські інституції,
- через боргову пастку та нав'язування програм структурної адаптації [379; 168, с. 157–159].

Оскільки повністю незалежних від світового ринку країн не існує, то йдеться про баланс залежностей країн. А саме, що сильна країна може протиставити своїй залежності від решти світу достатньо засобів впливу на ті країни або інші суб'єкти, які можуть поставити під загрозу її економічну безпеку.

А менша відкритість економіки, а відповідно і менша залежність від решти світу може й, навпаки, послаблювати економіку. Наприклад, внаслідок недоотримання іноземних технологій та інвестицій, дешевших іноземних природних ресурсів, підтримки іноді менш ефективних внутрішніх виробництв країна може мати гіршу динаміку розвитку. Є навіть докази на користь того, що менша торговельна відкритість країн (за зовнішньоторговельним оборотом щодо ВВП) пов'язана з більшою ймовірністю валютних криз [382, с. 18].

Важливу роль відіграє і структура зовнішньої торгівлі. Країна навіть із меншим відношенням зовнішньої торгівлі до ВВП може виявитися слабшою, якщо її експорт спрямовується переважно до одного зовнішнього покупця, а імпорт стратегічно важливих товарів походить переважно з однієї країни. Також важливо, хто є ініціатором закритості економіки. Якщо держава сама вирішує це, то вона може займатися протекціонізмом у тих сферах, де це їй вигідно. Якщо ж закритість виникає внаслідок зовнішніх санкцій, то навряд чи це посилить країну і зробить її економічно незалежною в позитивному сенсі.

Економічний суверенітет. Економічний суверенітет визначається як здатність країни контролювати власний економічний розвиток і чинити спротив зовнішньому втручання. Економічний суверенітет передбачає нерозподільну економічну владу, яка не може бути поділена з іншими країнами та є невід'ємною умовою існування держави, і розподільну економічну силу, якою можливо ділитися з іншими, на яку може впливати політика інших держав [579, с. 67; 15]. Економічний суверенітет передбачає право суспільства через державу або інші господарсь-

ко-правові структури розпоряджатися територією, природними та людськими ресурсами; систему заходів й інструментів економічної політики для захисту національної економіки [7]. До складових державного суверенітету, за Т. Шемет, належить грошовий суверенітет, військові витрати та стягування податків [276].

Іноді поняття економічного суверенітету й економічної незалежності ототожнюються. Як й економічна незалежність економічний суверенітет дозволять країні чинити спротив зовнішньому впливу. Суверенітет за своєю суттю є формально-правовим терміном: усі незалежні країни незалежно від їх розміру наділені економічним суверенітетом. Економічний суверенітет теж є фактором економічної сили, оскільки дозволяє країнам користуватися додатковими формально-правовими інструментами захисту своїх інтересів на міжнародній арені. Проте країни можуть делегувати частину свого суверенітету на наднаціональний рівень, при цьому набуваючи більшої економічної сили внаслідок реалізації ефекту масштабу в межах інтеграційного утворення. Також економічний суверенітет не гарантує реальної економічної незалежності країни. Сама по собі країна може лише частково мати суб'єктність у використанні автономної економічної сили в односторонньому порядку.

Стабільність і стійкість економіки. Стабільність передбачає функціонування економіки у стані рівноваги зі збереженням її незмінної структури. Іноді її розглядають окремо від економічної стійкості, що є здатністю до збереження показників на певному рівні, незважаючи на зовнішні впливи [157]. Хоча чітке розмежування часто важко здійснити, наприклад, у характеристиці фінансової стабільності як нормального функціонування ринків та інституціональних структур у складі фінансової системи або у визначенні монетарної стабільності як стабільності загального рівня цін [112, с. 229].

А. Бойко характеризує економічну стійкість як властивість "економічної системи, що розвивається, залишатися відносно незмінною", зберігати життєво-важливі якості в умовах зовнішніх впливів, адаптуватися до нових обставин. До її ознак належать:

- надійність економічної системи (здатність подолати збої у функціонуванні внаслідок шоків);

- надлишковість (наявність надлишкових потужностей);
- адаптивність (здатність пристосовуватися й одержувати переваги, а не втрати від шоківих впливів);
- реагування (здатність до мобілізації зусиль економічних суб'єктів країни);
- відновлення (можливість пристосовуватися до нових обставин);
- автономність (незалежність систем управління під час кризи);
- ступінь керованості (здатність підтримувати життєво важливі функції та параметри економічної системи) [27].

До принципів стійкості національної економіки належать: збалансованість розвитку, національна самодостатність, поєднання закритості та відкритості економічної системи, самоорганізація, дотримання природної ієрархії [27].

Стійкість можна також перекласти як *strength*, яке іноді використовують як синонім *power* [12, с. 19], хоча, на нашу думку, стійкість характеризує лише один з аспектів економічної сили – здатність чинити спротив зовнішнім впливам, але не здатність створювати зовнішні впливи на інші країни.

Економічна стабільність також є модифікуючим чинником у контексті розгляду економічної сили та елементом економічної безпеки. Відмінний від такого стану стан економічної кризи різко послаблює економічну силу навіть достатньо великої країни. Навіть за умов відсутньої формальної рецесії за фінансової нестабільності, нестача ліквідних засобів для обслуговування боргу держави або приватного сектора послаблюють переговорну позицію країни, вона здатна піти на більші поступки задля одержання тимчасової фінансової допомоги.

Конкурентоспроможність економіки. Наведемо кілька визначень конкурентоспроможності економіки країни:

- "здатність країни досягти й підтримувати високі темпи економічного зростання, що виражаються в постійному прирості рівня валового внутрішнього продукту (ВВП) на одну особу населення" [158];
- "здатність країни реалізовувати свої товари і послуги на внутрішньому та світових ринках згідно з міжнародними

правилами торгівлі і стандартами, і тим самим створювати в державі умови для підвищення її соціально-економічного розвитку" [46, с. 107];

- "здатність країни за умов вільних і прозорих ринкових відносин виробляти товари та послуги, що відповідають вимогам міжнародних ринків, й одночасно підтримувати та підвищувати впродовж тривалого часу реальні доходи населення" [143].
- здатність "створити внутрішні та зовнішні умови, які дають можливості її підприємствам виробляти товари та послуги, що витримують випробування міжнародних ринків, а населенню – стало підвищувати доходи та якість життя" [159].

А. Ходжаян зазначає, що конкурентоспроможність дозволяє реалізовувати країні функції безпеки, стабільності, підвищення добробуту населення, забезпечення позицій на світових ринках [226]. О. Швиданенко розрізняє споживчу і виробничу конкурентоспроможність країни. Перша характеризує здатність купувати товари та послуги на глобальному ринку. Друга – здатність утримувати позиції в задоволенні попиту у світі на товари та послуги. Перевищення потенціалу виробничої конкурентоспроможності над споживчою дозволяє досягти прискореного економічного зростання [270]. Л. Антонюк розрізняє номінальну конкурентоспроможність (наприклад, за рахунок субсидій) та реальну (за рахунок кращого співвідношення ціни та якості у національних компаній без субсидій, стримування зарплати, безробіття) [10].

Економічна конкурентоспроможність дозволяє підтримувати національний економічний розвиток і проникати на зовнішні ринки. Сама по собі вона не так міцно пов'язана з величиною економіки країни. Відносно невеликі економіки Швейцарії та Сингапуру є одними з лідерів рейтингів конкурентоспроможності, але економічна впливовість цих країн може бути меншою за впливовість менш конкурентоспроможних країн-гігантів. Звичайно, ефект масштабу додає конкурентоспроможності країни, проте й малі менш впливові країни можуть досягнути високого рівня конкурентоспроможності за рахунок нішевих стратегій

розвитку, фокусуючись на вузьких секторах економіки та підлаштовуючи під це своє економічне законодавство.

Економічне лідерство. Економічне лідерство є атрибутом найбільш сильних або принаймні конкурентоспроможних економічно країн хоча б у певних сферах. Водночас економічна сила різної величини може бути атрибутом будь-якої країни.

У. Ростоу визначає два типи визначень економічного лідерства. Перше пов'язане з інноваціями та передовими секторами економіки, тобто перші позиції країни в комерціалізації нових технологій і встановлення тимчасово домінуючої позиції в основному секторі економіки, як, наприклад, США лідирували у першій хвилі формування автомобілебудівної галузі. Другий підхід стосується політики та передбачає взяття на себе країною-лідером відповідальності за ефективне функціонування світової економіки. Однак ці підходи взаємопов'язані: у сучасних умовах країною лідером може бути та, що лідирує в передових високотехнологічних галузях [509].

До лідерства наближене поняття гегемонії. С. Хантінгтон припускає, що гегемонія можлива, якщо країна має 20, 25 або 40 % світової економічної активності [429]. Згідно із Ч. Кіндлбергером, країни-лідери або гегемони домінують завдяки публічним благам, що гарантують стабільність (наприклад правила, стандарти, стабілізаційна функція). Вони беруть на себе вартість їх вироблення, але користь від них одержують й інші країни. Внаслідок використання правил знижуються транзакційні витрати, а санкційна сила країни-гегемона знижує ймовірність конфліктів. Гегемон також стабілізує економіку завдяки наданню ринків збуту для проблемних товарів, стабільним або контрциклічним потокам капіталу, забезпеченню ліквідністю, управлінню структурою валютних курсів, координацією монетарної політики. Малі країни окремо по собі не мають економічної сили (хоча можуть набувати її в разі об'єднання), але й не несуть відповідальності за функціонування економічної системи [436, с. 12].

Проте Р. Каппел наголошує, що поняття лідера і гегемона не однакові. Якщо лідер діє в інтересах оточення, то гегемон вдається до експлуатації при застосуванні економічної сили. Лідер може перетворитися на гегемона, коли публічні блага, які він

продукує, використовують лише в інтересах самого лідера [436, с. 12, 20]. Обернене перетворення також можливе.

Економічний розвиток. А. Філіпенко визначає, що "розвиток є багатовимірним процесом глибокої модернізації та переорієнтування всієї економічної, а також соціальної систем, що передбачає поряд зі збільшенням доходів і виробництва здійснення радикальних змін в інституційній, соціальній та адміністративній структурах" [218, с. 80]. Він передбачає довготривале та масове поліпшення матеріальних і духовних умов життя людей, що базується на збільшенні продуктивності факторів виробництва [220, с. 36].

Економічний розвиток і, зокрема, досягнений його рівень (що характеризується, насамперед, рівнем ВВП на душу населення), з одного боку, можливо розглядати як фактор економічної сили. Модернізоване виробництво сприяє конкурентоспроможності. Достатні кошти на освіту забезпечують формування людського капіталу. Швидке економічне зростання сприяє накопиченню фінансових ресурсів для економічної експансії та не дозволяє втрачати переговорні позиції у взаємодії з іншими країнами. Проте найбагатші та найрозвиненіші малі країни Європи та Близького Сходу мають менше економічної сили за країни-гіганти із країн, що розвиваються.

Економічний розвиток та інші розглянуті нами поняття також можливо вважати результатом реалізації економічної сили. Економічна політика уряду щодо інших країн і більші продажі фірм країни внаслідок привабливості бренда цієї країни або сприятливої комбінації ресурсів у такій країні визначають результати в кількісних і якісних показниках економічної динаміки, які й характеризують тенденції економічного розвитку країни. Я. Столярчук розглядає проблему асиметрії глобального економічного розвитку [197], яка фактично і фіксує результат нерівномірного розподілу економічної сили між країнами.

Висновки

Поняття економічної сили походить з політичних наук та альтернативних до пануючої ліберальної парадигми напрямів у економіці (переважно меркантилізм, марксизм, політична еко-

номія, інституціоналізм, соціальний інституціоналізм, посткейнсіанство, теорія господарського порядку, геоєкономіка, економічний націоналізм). Її залучення до економічної теорії сприяє точнішому поясненню реальних економічних процесів, у тому числі економічних відносин між різними країнами. Поняття економічної сили фіксує наявність фактичної нерівності між економічними суб'єктами. Альтернативними і близькими термінами є економічна потужність, міць, могутність, влада, впливовість.

Важливим суб'єктом економічної сили є країна. Об'єктивною основою цього є те, що на рівні країни відбувається неповне, але погодження економічних інтересів різних субнаціональних суб'єктів завдяки територіальній близькості, тіснішим торговельним зв'язкам усередині країни, державному бюджету, спільному регуляторному середовищу, спільним публічним благам, єдиному інформаційному простору тощо. Схожим чином відбувається погодження інтересів на рівні економічних союзів в умовах глибокої інтеграції.

Економічна сила є комплексним поняттям. Зважаючи на це конкретне її визначення може залежати від цілей досліджень та їх практичних наслідків. Економічна складова національної сили виокремлюється на основі використання економіки як засобу досягнення різних цілей або як використання різних засобів для досягнення економічних цілей. На нашу думку, економічну силу країни можливо розглядати як здатність сукупності її резидентів до впливу економічними засобами на інші суб'єкти міжнародних економічних відносин (а також власні субнаціональні суб'єкти економічної діяльності) та протистояти зовнішньому впливу. Водночас економічну силу можна розглядати і як дію або процес такого впливу. А прагнення до набуття більшої економічної сили є важливим мотиваційним чинником для економічної діяльності. Із цього погляду вона є одним із немонетарних вартісних еквівалентів.

Економічна сила країни – складова частина її загальної національної сили, яка також тісно пов'язана з іншими її складовими. Економічна потужність є важливим фактором формування політичної (фінансування управлінського апарату, економічні стимули для союзників за кордоном), військової (оборонний

бюджет), інформаційної (інвестиції в інформаційні системи), ідеологічної (фінансування PR-заходів, ЗМІ, культури), демографічної (фінансування соціальної сфери, належний рівень зарплати), природно-ресурсної (інвестиції в освоєння, вплив на ціни ресурсів або ренту за видобуток), науково-технічної (фінансування освіти досліджень) сили країни, хоча і не може бути їх повноцінним замінником.

Поняття економічної сили країни як здатності тісно пов'язане із суміжними поняттями, що визначають характеристики країни, але не зводиться повністю до жодного з них. Основою економічної сили країни є величина економіки за обсягами ВВП, ВНД або вартістю активів у власності резидентів. Утім, ширший підхід до виміру економічної сили передбачає розгляд значного спектра ресурсів, щодо яких країна має відносини власності, контролю, регулювання або доступу. Особливо цінними є ресурси, що належать переважно суб'єкту сили, структура яких збалансована, на які більший за обсягом і менш еластичний попит, щодо яких суб'єкт сили має більше інформації, які можуть гнучко бути використані для різних цілей. Ресурси є основою економічного потенціалу країни, але наявність останнього не гарантує ефективності використання ресурсів для забезпечення економічної впливовості. Економічний потенціал охоплює реалізовану економічну силу і невикористані можливості економічної сили.

Важливими чинниками економічної сили є економічна безпека, незалежність, суверенітет, конкурентоспроможність, стабільність та розвиток, але які не так сильно пов'язані з величиною економіки. Проте їх можливо розглядати лише як модифікуючі чинники, що посилюють або послаблюють економічну впливовість країни певної величини.

Економічна безпека, як й економічна стійкість, характеризує переважно одну зі сторін економічної сили – здатність протистояти зовнішньому впливу. А загрози економічній безпеці відображають наявність економічної сили в інших країн. Економічна залежність може послабити країну, але, з іншого боку, відкриті економіки, залежні від світової економіки, часто є успішнішими. Зважаючи на це країні бажано досягнути оптимального рівня взаємної залежності з рештою світу. Економічний

суверенітет надає більше правових інструментів чинити опір зовнішньому впливу, але делегування частини суверенітету на наднаціональний рівень в умовах регіональної інтеграції часто посилює позиції країни. Економічна нестабільність помітно послаблює країну та переговорну позицію її резидентів.

Економічна конкурентоспроможність є основою економічного розвитку й експансії. Економічне лідерство і гегемонія характеризують найсильніші економіки, принаймні в окремих сферах або регіонах. Економічні лідери генерують міжнародні публічні блага та знижують конфліктність у світовій економічній системі, у той час як країни-гегемони переважно здійснюють економічну експлуатацію інших країн. Економічний розвиток і його рівень є одночасно і фактором, і результатом економічної сили.

1.2. Види національної економічної сили

Багатомірність і багатоаспектність поняття економічної сили обумовлює необхідність класифікувати як її структурні елементи різні компоненти (види, форми) та рівні. У цій главі ми маємо на меті розглянути існуючі підходи до класифікації видів економічної сили та запропонувати власну багатокритеріальну класифікацію.

Класифікацію структурних елементів економічної або інших видів сили країн чи інших суб'єктів було здійснено в низці досліджень. Необхідно виокремити таких науковців: К.-Ф. Вонг, Дж. Гелбрейт, В. Дементьев, С. Джонс, Д. Джуліус, С. Економідес, І. Жаровська, С. Стрейндж, Ф. Тревертон, П. Уільсон, Дж. Уоллі, К. Хьон. На специфічних типах економічної сили зосередили увагу Т. Діц, Ф. Еріксон, І. Маннерс, Т. Романова (нормативна сила та її аналоги), Т. Азатбек, М. Улмер (монополістична сила), Р. Каппел, У. Мід, А. Хіршман (інші види). Конкретні приклади їх реалізації наводять А. Беттлер, О. Білорус, А. Верижников, М. Дорошко. Класифікацією компонентів суміжних понять займалися Н. Вишневська, Л. Горбач, О. Кондрастюк (економічний потенціал), В. Ольшевський, В. Сенчагов,

Ю. Ткаченко (економічна безпека), М. Лобас, В. Россоха (сектори економіки).

Окремо слід згадати таких дослідників м'якої сили, національного бренда й економічного іміджу як: Д. Аманзе, А. Арсеєнко, Н. Багаян, Д. Богущ, А. Галумов, П. Єщенко, О. Запорожець, О. Каніщенко, М. Капітоненко, Б. Кьортіс, В. Кравченко, П. Краль, А. Кудрявцев, К. Кучеренко, М. Лготакова, Я. Лексютіна, Н. Литвиненко, Г. Личова, Б. Маланчук, Е. Маранду, Т. Мтагулва, Т. Нагорняк, Дж. Най, А. Папп-Варі, І. Радіков, М. Рижков, О. Русакова, М. Сайяд, Д. Сасу, Й. Содекава, А. Старостіна, М. Тісовські, О. Тищенко-Тишковець, Е. Харітонова, Л. Цзайци, Я. Шаміна, О. Шевченко.

На інституційному рівні цим займалися Інститут національних стратегічних досліджень США, корпорація RAND, Група стратегічних оцінок ЦРУ. Проте більшість дослідників використовують однокритеріальні класифікації або концентрують увагу на окремих аспектах економічної сили.

Основні класифікації структурних елементів економічної сили. Спосіб структурування сили на прикладі індивіда наводить К.-Ф. Вонг. Цю схему ми також можемо екстраполювати на рівень країни [573]:

- сила зсередини (power-from-within) – охоплює самооцінку, відчуття самозначущості, здатність подолати внутрішній тиск – відповідно на рівні країни – це суб'єктивна оцінка економічної сили країни особами, що ухвалюють рішення, на різних рівнях (від широкої громадськості до найвищих посадовців);
- сила до (power-to) – здатність до дії, можливість мобілізуватися для змін – відповідно, здатність країни або її субнаціональних суб'єктів до економічного впливу самостійно;
- сила разом (power-with) – здатність до солідарності, колективних дій – відповідно, здатність до економічного впливу внаслідок погоджених дій країни або її суб'єктів разом з іншими країнами або суб'єктами інших країн;
- сила над (power-over) – здатність чинити опір зовнішньому впливу – відповідно здатність країни або її суб'єктів чинити опір впливу інших країн або інших іноземних суб'єктів економічними засобами.

Д. Джуліус виокремлює такі складові економічної сили [435]:

1. *Здатність "купувати більше потужності"* (розбудовувати військову потужність) відображає традиційний погляд на концепцію економічної сили як вторинної складової національної сили. Проте цей вузький підхід може входити у конфлікт із забезпеченням соціальних функцій держави.

2. *"Батіг і пряник"* (здатність досягати цілей зовнішньої політики, використовуючи національні економічні ресурси). Ідеться про можливість надання економічних преференцій, допомоги чи навпаки застосування економічних санкцій щодо інших держав або окремих суб'єктів інших країн, коли об'єкта застосування сили ставлять перед фактом необхідності робити вибір погоджуватися чи ні на пропозицію з боку суб'єкта сили.

3. *Можливість "нахилити поле для гри"* (змінювати правила економічних відносин на користь своїх фірм або споживачів). На нашу думку, ця здатність формується за рахунок:

- національних правил, що обумовлюють доступ іноземних суб'єктів на ринок зазначеної країни відповідного розміру;
- участі в розробці міжнародних правил, здатності при цьому лобіювати свої інтереси;
- навіть пасивного користування перевагами великої економіки, коли інші суб'єкти не можуть ігнорувати її інтереси з міркування можливої її реакції.

Для прикладу можна згадати штучне заниження курсу національної валюти; наполягання на використанні закордонними фірмами, що бажають бути присутніми на великому ринку США, стандартів обліку або правил захисту інтелектуальної власності США тощо. Також розмір економіки США надає фактичне ефективне право вето щодо різних глобальних ініціатив: навіть, якщо інші країни підпишуть певну угоду, їхні глобальні цілі не будуть досягнені повною мірою без участі США. Проте конкурентна структура глобальних ринків і економічна взаємозалежність країн обмежує і цей тип економічної сили.

4. *Гіперконкурентоспроможність*: гіперконкурентоспроможна країна матиме такий сприятливий економічний клімат, що її фірми домінуватимуть у ключових галузях або сферах інновацій, залучатимуть капітал, наукові та управлінські кадри з решти

світу на кращих умовах. Ми можемо зауважити, що йдеться про здатність до самовідтворення економічної сили й економічної експансії. Проте, як зазначається, і тут важко досягнути стійкої переваги: бульбашка у 1990-х рр. у сфері сектора ІКТ, у якому домінували США, закінчилася так само, як і до 1980-х рр. закінчилося домінування США в автомобілебудуванні, існуюче у 1950–60-х рр. Нині глобалізація і принцип мінімізації витрат призводить до розмивання територіальної прив'язки галузей, а талановиті працівники можуть залишатися у своїх країнах із немонетарних міркувань.

5. *М'яка сила* (як здатність залучати інших за рахунок привабливості своєї політики або цінностей).

С. Економідес та П. Уільсон розглядають такі види економічної сили:

- основа військового потенціалу;
- сила, що забезпечує міжнародний вплив невійськовими засобами: фінансова (здатність впливати на стійкість валют та інвестиційні плани інших країн), виробнича (здатність здійснювати прямі інвестиції), ринкова (здатність обмежити доступ на свій великий та прибутковий ринок);
- сила, що надає структурні переваги (наприклад, вплив компаній країни на ділову практику, споживчу поведінку; роль країни в міжнародних економічних організаціях; розмір економіки країни, невеликі проблеми у якій можуть мати значні наслідки для інших країн) [366, с. 11–12].

Згідно із Дж. Уоллі, економічну силу розглядають також як похідну від взаємодоповнюючих вимірів:

- здатність країн або інших суб'єктів примушувати решту світу до дій, інших ніж вони б робили без цього впливу, за допомогою погроз або інших стимулів (наприклад, відмова у доступі до внутрішнього ринку) – при цьому важливий розмір економіки країни чи групи країн, які погрожують упровадити санкції, та тіснота зв'язків між суб'єктом й об'єктом впливу;
- бажання індивідуальних країн поводитися кооперативно в межах субглобальних коаліцій і встановлення спільних правил задля досягнення синергетичного ефекту від взає-

модії – при цьому важливим є майбутній стан економік, який впливає на переговорний процес при встановленні спільних правил;

- інтелектуальні, репутаційні й інші аспекти м'якої сили, що передбачають можливість переконувати та використовувати інтелектуальні аргументи для впливу на суперників: тобто переконувати, що дії, які в інтересах суб'єкта сили, є також і в інтересах об'єкта застосування сили [570, с. 4–7].

Силу держави розглядають також на трьох рівнях:

- ресурси та можливості;
- спосіб конвертації сили через національні процеси;
- сила в результатах, що визначає, які держави домінують у конкретних обставинах [558, с. 1].

Перший рівень – це можливості, серед яких економічні, демографічні, технологічні тощо. До першого рівня Група стратегічних оцінок ЦРУ відносила ВВП, населення, витрати на оборону, інновації та технології. У межах предмета нашого дослідження йдеться про кількісно вимірювані економічні ресурси.

Можливості можуть виявлятися в результатах лише у процесі конвертації через національний дух, політику, соціальну згуртованість. Фактично йдеться також про можливості країни, але особливого характеру швидше якісного, а не кількісного. Тут важливими є чотири сфери:

- економічні аспекти, серед яких можливості доступу до закордонного капіталу й аутсорсингу з використанням закордонних компаній;
- державні інституції та політичні структури, включаючи такі показники: корупція, кількість селекторату (осіб, яким реально підзвітний лідер);
- цінності, довіра, соціальний капітал й інші аспекти громадянського суспільства;
- соціальна структура: соціальна стратифікація, етнічний і класовий склад.

Сила в результатах є відносною і значно залежить від обставин: сила для чого і проти кого [558, с. ix, 1, 6].

На думку С. Стрейндж, у політичній економії розрізняють два типи сили: структурна і реляційна. Реляційна сила є здатністю суб'єкта А змусити суб'єкта Б зробити щось, що він не робив би без

цього. Структурна сила є здатністю визначати структури глобальної політичної економіки, у межах яких держави, їх політичні інституції, фірми, учені й інші професіонали мають оперувати. Структурна сила передбачає можливість встановлювати порядок денний для обговорення, міжнародні правила та звичаї. Той, хто володіє структурною силою, може визначати діапазон можливих варіантів для вибору іншими суб'єктами без явного здійснення тиску на них, при цьому визначати, які варіанти будуть для інших суб'єктів більш вигідними, а які менш вигідними [534, с. 24–25, 31].

С. Стрейндж наводить приклад використання структурної сили. Після розливу нафти з танкера в Алясці в 1992 р. США почали вимагати при заходженні танкерів до портів США незалежно від країни прапора човна необмеженої гарантії на покриття збитків від можливого розливу нафти, а згодом і наявності подвійного корпусу танкера. Це стало бар'єром для власників невеликих флотів та дещо підвищило ціни на нафту на внутрішньому ринку [535, с. 26].

Структурна сила охоплює чотири взаємодіючі елементи:

- контроль за безпекою (сторона, що забезпечує безпеку, може в обмін на це одержувати привілеї у виробництві, споживанні чи соціальних відносинах);
- контроль за виробництвом товарів і послуг (хто і що виробляє, якими засобами, з якою комбінацією факторів виробництва, за яку винагороду);
- контроль за кредитом (його створенням і розподілом);
- контроль за знаннями, ідеями та переконаннями (можливість визначати, кому надавати знання) [534, с. 26–31, 45].

С. Стрейндж також подає іншу класифікацію економічної сили:

- наявність достатньо грошей для витрат – купівельну спроможність;
- наявність товарів, на які існує попит, особливо, якщо продавець є монополістом або олігополістом;
- можливість надати фінансування або інвестиційний капітал;
- здатність контролювати виробництво;
- здатність мобілізувати капітал [534, с. 25].

Багатокритеріальна класифікації компонентів економічної сили країни. Проте ці класифікації використовували один або лише обмежене коло критеріїв структуризації економічної

сили. Зважаючи на це необхідно створити багатокритеріальну класифікацію структурних елементів економічної сили країни [239]. Узагальнено ми подаємо нашу класифікацію на рис. 1.2.

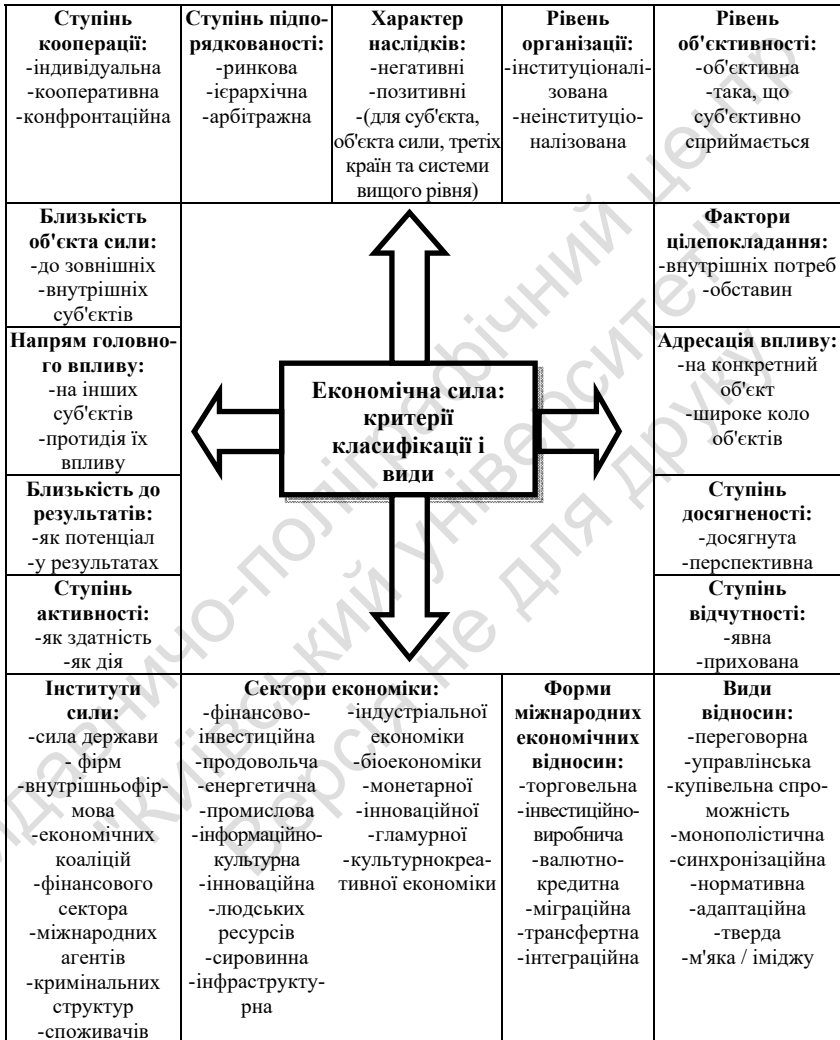


Рис. 1.2. Класифікація видів економічної сили

Джерело: складено автором за результатами метадослідження або особисто.

Економічну силу країни можливо розглядати на кількох рівнях. За *ступенем активності* економічна сила охоплює такі (за аналогією з [548, с. 30]):

- економічна сила як здатність впливати економічними засобами на інші суб'єкти міжнародних відносин (а в широкому розумінні, включаючи суб'єкти всередині самої цієї країни), тобто економічна впливовість;
- економічна сила як дія, тобто вплив однієї країни на інші суб'єкти міжнародних відносин економічними засобами (у широкому розумінні: навмисно чи ні, у своїх інтересах чи ні, всупереч волі об'єкта впливу або ні), тобто, застосування/реалізація економічної сили.

За *близькістю до результатів* можна виокремити такі рівні:

- потенціал економічної сили;
- результати реалізації економічної сили (що залежать від ефективності використання потенціалу в конкретних умовах).

З огляду на два визначення економічної сили фахівців Інституту національних стратегічних досліджень США, наступний критерій назовемо *напрямом головного впливу*:

- "здатність контролювати або впливати на поведінку інших через умисне і політично мотивоване використання економічних активів";
- "здатність робити спротив зовнішньому контролю або впливу", наприклад внаслідок власної самодостатності економіки, завдяки колективному тиску країн на постачальників імпортової продукції [397, с. 7] або диверсифікації поставок [386].

За *близькістю об'єкта застосування сили* виокремимо:

- сила щодо зовнішніх суб'єктів (інших країн, міжнародних організацій, ТНК тощо);
- сила щодо внутрішніх субнаціональних суб'єктів (власні громадяни, фірми-резиденти тощо).

За *рівнем об'єктивності*:

- об'єктивно існуюча (вимірюється об'єктивними показниками, підтверджується у процесі практики реалізації сили);
- така, що суб'єктивно сприймається (у свідомості державних діячів, ділових кіл, громадськості власної або інших країн).

За *ступенем досягнутості* (за аналогією із класифікацією економічного потенціалу [96]):

- досягнута на момент вимірювання;
- перспективна, що враховує максимальні можливості економіки за ідеальних умов і тенденції зміни факторів, які лежать в основі економічної сили країни.

Наприклад, вважають, що Китай є економічно слабшим від США, але з урахуванням перспектив, стабільно високих темпів економічного зростання в Китаї та резерву можливостей зростання продуктивності праці, різниця в економічній силі буде іншою.

За ступенем кооперації:

- індивідуальна, що базується на економічних ресурсах однієї країни;
- кооперативна, що базується на можливостях взаємодії з іншими країнами (доступі до зовнішніх ресурсів, колективних економічних санкціях, економічній зацікавленості інших країн у захисті інтересів даної країни);
- конфронтаційна, що базується на ослабленні конкурентів (можливості одержання переваг внаслідок економічних і політичних конфліктів між іншими країнами або їх субнаціональними суб'єктами, поширеності кризових процесів у таких країнах).

Із цим пов'язане поняття *реляційна сила* в розумінні Р. Каппела – вона існує внаслідок кооперації (посилило) або конкуренції (послабило) з іншими учасниками [436, с. 16].

За *характером наслідків* економічну силу можна розглядати як у негативному так і в позитивному значенні [573]. Проте зазначимо, що це є відносним: позитивно і негативно для об'єкта або суб'єкта і в коротко- чи довготерміновому періоді. Імовірно менш типовим, але невиключним є випадок, коли об'єкт сили виграє врешті-решт від дій суб'єкта сили. Так само менш типовим, але не винятковим є випадок, коли суб'єкт сили програє внаслідок зміни обставин або надмірних витрат на використання сили. Ми не ведемо мову вже про те, що субнаціональні інтереси в одній і тій самій країні можуть суттєво різнитися. У найширшому розумінні йдеться про позитивні або негативні наслідки

для системи вищого рівня, до якої входять суб'єкт сили, об'єкти сили і, можливо, треті сторони.

За *ступенем відчутності* також силу можна розуміти в явному та прихованому значенні [573]. Явна сила як дія – це радше навмисна й оголошена дія суб'єкта сили. Інакше матиме місце той або інший рівень прихованості або неявності. Якщо ж розглядати приховану економічну силу як здатність, то елементами її можна вважати тіньовий сектор економіки, недосліджені або неафішовані економічні ресурси та відносини.

За *адресацією впливу* (за аналогією з підходом С. Стрейндж) економічна сила може бути спрямована:

- на конкретний об'єкт,
- формально необмежене коло об'єктів.

За факторами цілепокладання:

- сила (або влада) внутрішніх потреб (психологічних, фізіологічних, моральних тощо), що визначають поведінку особи, а також внутрішній самоконтроль (здатність відмовитися від задоволення одних потреб на користь задоволення інших потреб, цінностей та моральних норм) [61, с. 36, 125–126] – її складовими є ставлення до праці, власності, здатності до раціональної організації, ставлення до багатства, порядку, здатність до самоорганізації [61, с. 136–143].
- сила (влада) обставин (наявність ресурсів, їх ціна, умови одержання благ, зовнішнє інституційне середовище) [61, с. 36], тобто зовнішніх обставин, що перебувають за межами свідомості фізичних осіб.

На нашу думку, сила внутрішніх потреб транслюється на загальнонаціональний рівень зокрема через матеріальні та нематеріальні потреби. Так потреби у розкоші серед державних службовців можуть бути стимулом для корупції, що зменшує економічні активи держави, бізнесу та громадян. Те саме серед бізнес-класу – до заниження зарплат працівників. Усе це зменшує заощадження та інвестиції в країні, сприяє трудовій еміграції. Шкідливі звички громадян можуть збільшити непродуктивні витрати на охорону здоров'я та знизити загальний рівень продуктивності праці. Неадекватні фінансовим можливостям витрати незаможних громадян можуть сприяти посиленню системних

кредитних ризиків. Також послаблювати країну може схильність до споживання імпортованих товарів і послуг із міркувань вищої якості, нижчої ціни, або суб'єктивного сприйняття цього внаслідок засобів маркетингу іноземних компаній. Водночас потреби у праці, творчості, самореалізації, набутті нових навичок, раціональній організації у вагомій частини населення є важливим джерелом економічного розвитку країни.

В. Дементьєв також виокремлює три форми економічної влади:

- влада як обмін або ринкова влада, яка виявляє себе у параметрах такого обміну;
- ієрархічна влада – можливість одних агентів визначати правила поведінки інших;
- арбітражна влада – застосування сили монополізоване третьою стороною, що має забезпечувати дотримання прав та обов'язків сторін [61, с. 112–113].

Охарактеризуємо цей критерій класифікації як *ступінь підпорядкованості*. На рівні країн ринкова влада виявляється, коли країни або їх субнаціональні суб'єкти діють як формально рівноправні, але можуть мати різні можливості для виторговування кращих для себе умов. Наприклад, фірми великих країн можуть мати кращі можливості для відстоювання своїх інтересів у міжнародному економічному середовищі. Ієрархічна влада на міжнародному рівні виявляється у відносинах країна-метрополія – країна-колонія або залежна територія; міжнародна організація або інтеграційне утворення – країна-член; держава – іноземні компанії на ринку країни або компанії з участю іноземного капіталу; материнська компанія – закордонна філія; компанія – працівник, які є резидентами різних країн. Одразу зазначимо, що навіть в ієрархічній владі існує певний зворотний зв'язок. Наприклад, іноземна компанія може лобіювати свої інтереси в державних органах, коаліція частини країн-членів може мати більшість голосів у міжнародній організації, працівники можуть оголосити страйк.

Арбітражна влада характерна для міжнародних економічних організацій, наднаціональних органів, але також може виявлятися, наприклад, у врегулюванні суперечок між компаніями-резидентами різних країн у судах третьої держави. Також арбітражна влада може виявлятися, коли окрема держава або коаліція

держав застосовують економічні санкції щодо країни, що порушує норми міжнародного права всупереч інтересам третіх країн.

За *рівнем організації* (за аналогією із класифікацією соціальної влади І. Жаровської [73]) влада може бути:

- інституціоналізованою – у формі установ з ієрархією відносин;
- інституціонально не організованою – у формі асоціацій, лідерства в неформальних групах.

За *інститутами сили* (за аналогією з [61, с. 136–143]) можна виокремити такі компоненти економічної сили країни (у різних країнах співвідношення зазначених компонентів за важливістю є різним):

- сила держави (визначається впливовістю уряду країни та державного сектора);
- сила фірм (визначається впливовістю фірм країни; І. Жаровська також використовує термін корпоративна влада як система впливу керівників компанії на працівників, кредиторів, постачальників і споживачів внаслідок створення правил поведінки у сфері діяльності компанії та існування локального недержавного примусу [73]);
- внутрішньофірмова сила (на основі взаємодії власника, менеджера та найманого працівника – її можемо розподілити відповідно на силу власників, менеджерів і найманих працівників / трудову, які можуть бути резидентами різних країн; пов'язаними з ними поняттями є класова сила і менеджерська сила [365]);
- сила економічних коаліцій (асоціації виробників і споживачів, інших недержавних організацій);
- сила фінансового сектора (фінансові організації, фондовий ринок) – за аналогією можна виокремити силу інших секторів економіки (аграрний, промисловий, енергетичний, торговий тощо);
- сила міжнародних агентів (міжнародних корпорацій, міжнародних організацій у міру представлення в них інтересів зазначеної країни);
- сила кримінальних структур;

- додамо до цього переліку силу споживачів серед широкої громадськості.

За аналогією із класифікацією складових економічної безпеки й економічного потенціалу у багатьох авторів [47; 150; 187, с. 59; 206], ми можемо виділити такі компоненти економічної сили *за сферою економіки* (об'єднані близькі за змістом компоненти):

- фінансова, інвестиційна, валютно-кредитна (сила);
- енергетична;
- продовольча;
- промислова, оборонно-промислова;
- інформаційно-телекомунікаційна, інформаційно-кібернетична, інформаційно-культурна;
- інноваційна, технологічна, науково-інформаційна;
- демографічна, освітня;
- сировинна, природно-ресурсна;
- транспортна, інфраструктурна, логістична.

Деякі з них є суто економічними складовими сили країни, деякі є економічними лише в широкому розумінні. Зважаючи на це тут ми використовуємо підходи нечіткої логіки для характеристики складових економічної сили. Охарактеризуємо також іншу класифікацію за цим критерієм на основі класифікації секторів економіки й економічної науки, яку використовують М. Лобас та В. Россоха:

- (сила) індустріальної економіки, яка надає форму сировини та матеріалам;
- біоекономіки, що створює продукт завдяки сонячній енергії;
- монетарної економіки, яка формує кредитно-фінансові відносини;
- інноваційної економіки, що існує завдяки науково-технічному прогресу;
- гламурної економіки, яка формує ринок розкоші, предметів, що демонструють соціальний успіх їх власника та споживаються публічно, показово;
- культурнокреативної економіки на основі традицій, національних уподобань, творчого їх перетворення в ресурси економіки [108].

За формами міжнародних економічних відносин:

- торговельна (товарами або послугами),
- інвестиційно-виробнича,
- валютно-кредитна,
- міграційна,
- трансфертна (здатність надавати або залучати економічну допомогу),
- інтеграційна.

Специфічні види економічної сили. Розглянемо детальніше окремі форми економічної сили *за видами відносин*: переговорна, управлінська, купівельна спроможність, монополістична, синхронізаційна, нормативна, адаптаційна, м'яка.

Переговорна сила – це здатність суб'єктів у процесі переговорів впливати на результат переговорів [365]. На рівні країн вона залежить від співвідношення вигод і витрат для суб'єктів різних країн за різних сценаріїв такої взаємодії та виявляється в укладанні контрактів, інтеграційних процесах, урегулюванні суперечок. А. Хіршман залучає до її компонентів переговорні вміння, інформацію про систему байдужості (й уподобань) партнера, введення в оману партнера щодо своєї системи байдужості та тиск [420, с. 45].

Управлінська сила – це здатність до ухвалення оптимальних рішень з погляду національних інтересів керівниками з державних структур, приватних компаній і недержавних організацій в умовах обмежених ресурсів.

Купівельна спроможність – це здатність одержати товари та послуги в обмін на гроші або інші ліквідні активи [365]. На рівні країн це визначається обсягами ВВП, фінансових активів, обсягами надходження коштів за рахунок експорту, закордонних доходів від факторів виробництва, трансфертів та інвестицій або можливостями використовувати власну валюту для міжнародних платежів.

Монополістична сила має кілька визначень:

- здатність встановлювати ціни та зарплати [365];
- здатність впливати на обсяги виробництва та ціни [562, с. 337];

- економічні відносини одностороннього та незворотного впливу панівного суб'єкта ринку на інші суб'єкти, яке спричиняє примус до виконання вигідних дій на основі нерівності економічних умов господарювання [4].

Вона залежить від наявності у країні фірм-монополій або олігополій на глобальних чи регіональних ринках окремих товарів із низькоеластичним попитом (зокрема енергоносії, дефіцитні сировинні ресурси, окремі високотехнологічні товари тощо).

Синхронізаційна сила. На нашу думку можна виокремити також синхронізаційну силу – здатність країни синхронізувати інші економіки зі своєю. Країни, які залежать від бізнес-циклів суб'єкта синхронізаційної сили, об'єктивно зацікавлені в її добробуті та не будуть зайвий раз здійснювати політику, здатну ввести в рецесію економіку суб'єкта синхронізаційної сили. Наприклад, Китай не зацікавлений у рецесії в США, що могла би призвести до кризи і в інших країнах, які при цьому є імпортерами китайської продукції.

Синхронізаційна сила також посилює здатність утворювати валютні блоки навколо себе [260]. На можливість несприятливого впливу єдиної монетарної політики в умовах недостатньої синхронізації економічних циклів країн учасників звертають увагу Е. Хайн і А. Тругер. При цьому, на їх думку, наприклад, обмежені ресурси бюджету ЄС недостатні для того, щоб компенсувати подібні розбіжності між країнами, тому необхідна більша скоординована між країнами та з монетарною політикою бюджетна політика [418].

Синхронність економічних циклів країн-учасниць інтеграційного утворення знижує ризик зміни динаміки валютного курсу і відсоткових ставок всупереч інтересам частини країн-учасниць. Наприклад, якщо в одній країні відбувається перегрівання економіки, а в іншій рецесія, то політика підвищення відсоткових ставок і ревальвації валюти є нормальною реакцією на ситуацію в першій країні та може бути згубною для другої, якщо не застосовують адекватні компенсатори за іншими напрямками економічної політики. Хоча не слід не враховувати такого ефекту, що економіки країн більше синхронізуються вже після валютної інтеграції.

Синхронність економічних циклів може досягатися завдяки міжнародним економічним зв'язкам (торговельні канали, фінансові, перекази мігрантів, офіційна допомога, інституційний зв'язок, іміджевий зв'язок економік, що сприймаються як схожі).

Нормативну силу визначають по-різному:

- сила судді визначати, що таке є норма [175];
- сила, оснований на формуванні уявлення про законність і нормальні принципи функціонування (демократія, верховенство права тощо), використанні себе як лідера для прикладу (наприклад, нею користується часто ЄС) [397, с. 289];
- сила визначати концепції нормального, сила нематеріального прикладу через імітацію та приваблення [353].

У випадку економіки нормативна сила ширше може реалізовуватися у формі:

- генерування змісту, що є нормальним в економічних відносинах, наприклад, шляхом поширення власних стандартів виробництва, маркетингу та споживання;
- арбітражу господарських процесів;
- лобіюванні економічних нормативних актів за своїми принципами;
- створенні кодексів поведінки;
- використання своїх успішних компаній та державних інститутів як прикладу для інших;
- створення власних шкіл у сфері нормативної економіки.

Фактично нормативна сила, структурна сила та можливість формувати правила гри – тісно пов'язані. Ми можемо також використати термін системно-формуюча сила – здатність впливати на привила гри та формувати формальне і неформальне регуляторне середовище для економіки.

Ф. Еріксон використовує також термін проєктивна сила. Нею користується ЄС, коли прагне розповсюдити свої стандарти екологічного, трудового, конкурентного, технічного й іншого регулювання на інші країни. Природно, що для розвинених країн ЄС ці стандарти суворіші, але європейські корпорації, які дотримуються стандартів потрапляють у нерівне становище на інших ринках із компаніями інших країн, що не дотримуються таких стандартів. Розв'язанням зазначеної проблеми для ЄС і є

поступове поширення своїх регуляторних стандартів на інші країни, використовуючи свою економічну силу. Зважаючи на це бажання країн мати доступ до ринку ЄС призводить до імпорту регуляторної моделі ЄС [373].

Інший приклад: найпотужніша економіка світу США в координації з іншими державами, насамперед найбільшими країнами, формує суспільні блага у формі: відкритих торговельних систем, визначення прав власності, міжнародних грошей, стандартів макроекономічної політики, ліберального міжнародного порядку, ініціатив у розв'язанні кризових явищ у світовій економіці. У зв'язку із цим, зазначені суспільні блага значною мірою відповідають інтересам США й інших провідних країн [32]. Через це поряд із дією об'єктивних передумов достатньо поширена думка, що силовий глобалізм є проектом США [23]. У такому розумінні ми можемо стверджувати, що США володіють потужною системно-формуючою силою. Схожою силою у глобальних масштабах володіють ЄС і Китай. У регіоні Східної Європи нею володіють насамперед ЄС і Росія.

Нормативна сила може бути дуже важливою. Наприклад, гіпотетично за умов штучно підібраних правил гри можна досягти найбільшої конкурентоспроможності та посилення економіки будь-якої країни чи території, навіть Антарктиди. Проте різні стримуючі сили не дозволяють безмежно зловживати нормативною силою (втрати для іміджу, баланс сил, зниження ефективності міжнародної економічної системи).

Адаптаційна сила. Оскільки правила гри, що формуються одними суб'єктами, можуть відповідати інтересам більшого кола суб'єктів, ми можемо виокремити ще один вид економічної сили [339]. Це системно-адаптаційна сила або просто адаптаційна сила – здатність одержувати економічні переваги в умовах існуючої світової або регіональної економічної системи певного типу. Наприклад, А. Верижніков звертає увагу на те, що піднесення Китаю відбулося в умовах глобальної економіки, основні правила якої створені США, а не Китаєм [37].

Пояснимо це детальніше. В. Дементьєв розглядає поняття квазівлади ринку, що фіксує ситуацію, коли діє множина покупців і множина продавців, існує вільна конкуренція. Хоча суб'єкт

ринку може відмовитися від взаємодії із конкретним контрагентом без втрат, але він не може відмовитися від взаємодії з усією сукупністю потенційних контрагентів. Влада ринку виявляє себе як влада цін [61, с. 121–123]. Інакше кажучи, суб'єкт ринку змушений діяти за правилами ринкової економічної системи.

Як бачимо, квазівлада ринку не є безпосереднім атрибутом країни, хоча може впливати на економічну силу країни. Це визначає, наскільки функціонування ринкового механізму на глобальному та локальному рівнях відповідає інтересам конкретної країни. Наприклад, навіть в умовах достатньо конкурентного ринку, недиверсифіковані економіки є вразливішими до коливань цін на окремі товари, менш розвинені країни є вразливими до цін на продукти харчування, надмірно енергозалежні країни – до цін на енергоносії. Менш розвинені економіки часто не можуть на рівних конкурувати в умовах вільного ринку. Іншими словами, певні країни більш адаптовані до функціонування в межах ринкового механізму міжнародних економічних відносин ніж інші.

Аналогічно розподіл економічних переваг між країнами може бути іншим в умовах економічних систем з іншими характеристиками:

- автаркізації (виграють навіть менш розвинені, але забезпечені ресурсами країни);
- конкуренції різних політичних й економічних систем (можуть одержати економічні переваги країни в обмін на політичну лояльність і дотримання певних принципів ведення економічної діяльності);
- взаємної торгівлі між національними монополіями (наслідки можуть бути різними, наприклад, стабілізація цін або торговельні війни);
- наявності міжкраїнових трансфертів (наприклад, можуть одержувати переваги бідніші країни);
- поширеності корупції (з одного боку, корупція може сприяти більшій економічній експансії частини країн, з іншого боку це створює юридичні ризики та стримує модернізацію економіки);
- масштабних військових конфліктів (можуть виграти нейтральні країни, що мають економічні зв'язки з конфліктуючими сторонами);

- активного запровадження екологічного законодавства (або інших норм технічного регулювання) у світі (виграють країни, які вже адаптували до цього свою економіку або виробляють продукцію, що купується іншими країнами для забезпечення дотримання ними екологічних норм).

Відповідно ті країни, які здатні ефективно трансформувати свою економіку при входженні до нової регіональної або глобальної економічної системи чи трансформації існуючої, володіють більшою адаптаційною силою. Наприклад, практика 1990-х рр. переходу до системи відкритої ринкової економіки показала, що серед постсоціалістичних країн найбільшою системно-адаптаційною силою володіли країни Центральної Європи.

У системі країн СНД Росія має не тільки суттєву системоформуючу, а також й адаптаційну силу. Проте системно-адаптаційна сила принаймні частини економіки Росії в межах інтеграційної системи ЄС+ може бути недостатньою. Наприклад, це пояснює інертність Росії щодо приєднання до Європейської енергетичної хартії, оскільки це означає послаблення позицій Газпрому в умовах необхідності реструктуризації енергетичних монополій і лібералізації енергетичного ринку, демонополізації експорту газу [66].

Системно-адаптаційну силу України в сучасних умовах тіснішої взаємодії з економічною системою ЄС визначатиме те, наскільки ефективно будуть реалізовані зміни в економіці, передбачені Угодою про асоціацію з ЄС.

М'яка економічна сила / сила економічного бренда. Економічну силу за аналогією із сукупною національною силою можна поділити на "тверду" (або "жорстку" – силу об'єктивних економічних характеристик) та "м'яку" (силу економічного іміджу). Розглянемо цей аспект детальніше.

Ми маємо одразу зробити термінологічні застереження. Термін *soft power* перекладають з англійської часто як "м'яка сила", проте в українських публікаціях зазвичай надають перевагу використовувати цей термін у лапках або іноді скептично ставляться до такого варіанту перекладу і залишають у тексті англomовний термін. М. Капітоненко наводить приклади різних варіантів перекладу цього англomовного терміна *soft power*: "м'яка

міць", "розумна влада", "влада ідей", "ніжна сила", "пряник", "м'яка сила" [82]. Можливо вдалішим перекладом є "сила економічного іміджу". Проте для протиставлення двох основних видів економічної сили (сили об'єктивних показників і процесів та сили суб'єктивних уявлень) ми паралельно будемо користуватися термінами "тверда" і "м'яка". Лише з міркувань лаконічності ми не використовуємо лапки.

Інше застереження полягає в умовності поділу сили на жорстку та м'яку. Сама економічна сила є відносно м'якою порівняно з військовою, але може сприйматися як жорстка об'єктом застосування сили. За критерієм жорсткості використовують і детальніший поділ: примус – підкуп – переконування. У цьому ланцюгу перший спосіб використання сили є найбільш жорстким, а останній – найбільш м'яким [558, с. хі]. А. Кудрявцев зазначає, що економічна сила охоплює майже порівну твердий і м'який компонент (військова – переважно твердий, ідеологічна – переважно м'який). Елементами твердої економічної сили він вважає торговельні санкції та переговорну силу під час укладання угод. М'якої – привабливість багатих країн з успішною економікою [443, с. 6]. У. Мід використовує інше проміжне поняття "липка сила" – значною мірою економічні механізми, що залучають до співпраці із суб'єктом сили та залучають до сфери його впливу [123], на відміну від притягальної (ціннісної) та гострої (військової) сили [72]. Дж. Гелбрейт вирізняв такі типи сили:

- каральна – здатність примусити іншого актора під тиском створення несприятливих умов;
- компенсаційна – здатність переконати актора в обмін на винагороду;
- обумовлена – здатність переконати актора шляхом зміни його переконань [390].

Як ми зауважували раніше, Д. Джуліус [435] розглядає м'яку силу лише як один із п'яти видів економічної сили. Проте і перші чотири складові, хоча є елементами твердої економічної сили, характеризуються різним ступенем жорсткості, усвідомленням і навмисністю впливу. Також м'якість сили можна розглядати достатньо умовно, якщо завоювання привабливості відбува-

ється шляхом нав'язування своєї волі у процесі комунікації та переконання інших акторів [82].

Інший підхід передбачає, що виокремлюють власне економічну м'яку силу, що заснована на показниках економічної привабливості й інші види, які можуть перетинатися з економікою. Зокрема, К. Хьон поділяє м'яку силу як і тверду на економічну (індикатором є односторонні режими вільної торгівлі), психокультурну (туризм, іноземні студенти), військову та політико-дипломатичну [422, с. 51]. М'яка сила може також поділятися на економічну, ідеалістичну та культурну. Індикаторами першої можуть бути іноземна допомога, торговельні партнери, обсяг торгівлі тощо. Другої – відвідування університетів іноземцями, кількість прибічників, одержані внески, відвідування веб-сайтів тощо. Третьої – вибір місця проживання та роботи іноземцями, контент-аналіз ЗМІ тощо [558, с. 17].

Як зауважує активний проponent терміна м'яка сила Дж. Най, якщо жорстка сила чи могутність – це "здатність до примусу, обумовлена військовою та економічною міццю країни", то "м'яка сила – це здатність досягати бажаного на основі добровільної участі союзників, а не за допомогою примусу чи подачок" [140] або "залучати інших легітимністю політики [країни] та цінностями, що лежать у їх основі" ... "без використання примусу або підкупу" [435]. М'яка сила працює на основі привабливості, встановлення порядку денного, залучення [472]. При цьому розвиток м'якої сили не обов'язково є грою з нульовою сумою: країни можуть і вигравати від посилення привабливості одна одної [478].

Дж. Най пов'язує м'яку силу з культурою, внутрішньою політикою, національними цінностями, змістом, тактикою і стилем зовнішньої політики [140] та ідеями [558, с. 1]. Він також стверджує, що найбільшою мірою перевагами м'якої сили користуються країни, у яких цінності ближчі до глобальних, культура близька до домінуючої у світі, які мають доступ до багатьох каналів комунікацій та впливають на формат подання інформації, довіра до яких підкріплюється їх поведінкою всередині країни та на міжнародній арені [477].

Згідно з Л. Цзайци, якщо, тверда сила країни охоплює природні ресурси, власне економіку, науку, техніку, військову силу,

які є видимою і відносно стабільною матеріальною базою сили держави, то м'якою силою вважають стратегію розвитку держави, ідеологію та ціннісні орієнтації, привабливість соціального устрою та моделі розвитку, здатність реалізації стратегії розвитку, цементуючу силу народу, творчу силу нації, культуру та впливовість у міжнародних відносинах [228].

Якщо до жорсткої сили О. Русакова відносить військовий, економічний та адміністративний тиск, інформаційну війну та рекламну агресію (хоча віднесення останніх двох на нашу думку є дискусійним), то м'яка сила базується на механізмах іміджевої привабливості та суб'єктивно сприймається як власний вибір об'єкта застосування м'якої сили [178]. Традиційно джерелами м'якої сили вважають ідеї, імідж, теорії, ноу-хау, освіту, дискурси, культуру, традиції, символи, відомих осіб/церемонії [177].

Ф. Тревертон і С. Джонс у своєму огляді зазначають, що культурна привабливість у випадку США базується на таких факторах, як споживання американської культури, домінування англійської мови, розповсюдженість інституцій американського типу, привабливість американських університетів [558, с. 19–20].

М. Капітоненко зауважує, що в основі м'якої сили є здатність залучати, яка пов'язана з такими поняттями, як привабливість, симпатія, авторитет і харизма. Джерелом м'якої сили є не сповідування певних цінностей, а здатність нав'язувати власні цінності іншим. Він також стверджує, що систематичне використання погроз або занадто жорстке просування своєї ідеології може зменшити авторитет держави, тому краще надавати іншим свободу обирати [82].

М'яка сила також пов'язана з такими поняттями:

- інституціональна влада (статусне становище країни у міжнародних інституціональних об'єднаннях);
- репутаційна влада (на основі міжнародного авторитету, успішності, відповідальної політики, надійності в партнерських відносинах);
- репрезентаційна влада (здатність просувати власне бачення подій) [411];
- ідеологічна влада (різновид квазівлади, заснований на маніпулюванні інформацією, впливі на формування потреб

індивідів, соціальних цінностей, зміні обмежень вибору) [61, с. 129–130].

На нашу думку, м'яку силу можливо розглядати як інструмент і як потенціал сили. Якщо розглядати поняття м'якої сили як інструмент, то як зазначає О. Тищенко-Тишковець, формами м'якої сили країни є державний брендинг, пропаганда, публічна і культурна дипломатія [203]. А. Папп-Варі стверджує, що брендинг – це процес дизайну, планування та комунікації з приводу ім'я та ідентичності для створення чи управління репутацією [485]. А. Старостіна, В. Кравченко і Г. Личова наголошують, що на зростання популярності брендингу територій вплинули розвиток міжнародних засобів комунікації, зменшення вартості поїздок за кордон, зростання доходів населення і витрат на туризм, конкуренція за залучення кваліфікованих працівників, розширення спектра культурних потреб [193]. До інструментів м'якої сили, що спрямована на формування сприятливого іміджу країни на міжнародній арені, також належать інформаційні технології, неурядові організації, дипломатичні установи, виставки та інші заходи [165].

У другому випадку поняття м'якої сили розглядається як елемент потужності країни та пов'язане з поняттям іміджу та бренда країни. Б. Маланчук як елементи економічної сили також розглядає популярність і престиж [454].

М. Рижков і О. Кутузова наводять таке визначення іміджу країни – це ментальний образ, сукупність вірувань і вражень щодо певного місця [173]. За визначенням Е. Галумова, імідж країни – це репутація, яку вона одержує у свідомості громадськості внаслідок дій суб'єктів, які взаємодіють із зовнішнім світом [42]. Д. Сасу і Н. Багаян стверджують, що імідж країни – це перелік переконань та уявлень людей про певну країну [513].

Бренд країни – це сукупність ексклюзивних і позитивних характеристик країни, що виділяють її з-поміж інших держав світу [274] або національна ідея країни, її інтелектуальна власність, комплекс думок, відчуттів, асоціацій та уявлень, які виникають у людини, коли вона бачить або чує назву країни чи купує товари, вироблені в цій країні [107]. Д. Сасу і Н. Багаян зауважують, що національний бренд – це ідентичність країни, що була активно

виділена, інтерпретована, інтерналізована та спроектована на міжнародну сферу для одержання сприятливого національного іміджу [513]. О. Каніщенко і О. Сухомліна зазначають, що бренд країни створюється позитивним іміджем її міжнародної спеціалізації, визнаної світом [81]. Поняття бренда також може охоплювати й технічні складові, зокрема знакові символи та текстові повідомлення. Т. Нагорняк розглядає бренд країни як торговельну марку, що характеризується назвою, дизайнерським рішенням, комплексом асоціацій та ідентифікацій у споживачів [139]. М. Лготакова, П. Краль, Я. Шаміна і М. Тісовські розглядають країни як бренди так само як і бренди товарів чи послуг із відповідними атрибутами: інформованість про бренд, імідж бренда, уявлення про якість, лояльність до бренда, спадщина бренда [451].

Адресатами бренда можуть бути резиденти країни, політики, бізнесмени, інвестори, недержавні організації, туристи [350]. Держави пропонують себе як місце для відпочинку, здійснення інвестицій, фінансовий центр тощо [75]. Вважають, що потужний національний бренд є конкурентною перевагою країни [102]. На нашу думку, бренд країни пов'язаний із вартісною оцінкою переваг іміджу країни, які дозволяють їй бути економічно успішною.

Іноді ці поняття навіть розглядають як синоніми. Й. Содекава розглядає м'яку силу в соціально-економічному контексті як бренд, який більше контролюється споживачем, а не виробником [422, с. 221]. Іноді ці поняття розглядають як окремі. Один із підходів передбачає, що позитивний імідж країни не гарантує наявності в неї м'якої сили: м'яка сила наявна, якщо держава створює і культивує цінності, норми, економічну модель. Проте це ствердження є дискусійним [165]. На нашу думку, м'яка сила залежить не тільки від того, чи імідж країни позитивний або негативний, а й від того, наскільки широко розповсюдженою є інформація про країну. Зважаючи на це, наприклад, велика і відома країна з помірно позитивним іміджем може бути сильнішою, привабливішою і впливовішою за країну з дуже позитивним іміджем, але лише у свідомості вузького кола осіб.

Усі три поняття (економічний імідж, його сила та бренд) відображають переважно економічну інформацію останнього ча-

су, але залежать і від подій у більш давньому минулому. Е. Харітонова зазначає, що цілі політики м'якої сили можуть бути за межами середньотермінової перспективи та термінів владних повноважень демократичних політичних лідерів [224].

Фактично, сила економічного іміджу перебуває на перетині економічної та м'якої сили. Зв'язок м'якої сили з економікою доволі тісний: джерела цієї сили містять економічну компоненту (бізнес-культура, індустрія масової культури, ступінь забезпечення різних економічних цінностей, наприклад, економічної свободи, ідеологія соціально-економічної політики, довіра у ділових стосунках, легітимність зовнішньоекономічної політики). Можна також провести аналогією позитивного і негативного іміджу країни у віртуальній площині з активами та зобов'язаннями у площині реальної економіки. На нашу думку, м'яка економічна сила є тією складовою м'якої сили, що визначається економічними факторами.

Зауважується, що м'яка сила базується на фінансуванні культури, спадщини, мови [512, с. 6]. Взаємовпливають бренд-білдинг та матеріальні, людські, туристичні, інтелектуальні, культурно-інформаційні потоки [178]. А. Старостіна, В. Кравченко і Г. Личова стверджують, що основою бренду країни є ефективна діяльність суб'єктів міжнародних економічних відносин [194].

Для уникнення незрозумілості у трактуванні терміна м'якої та твердої економічної сили зазначимо, що на нашу думку, відмінність між ними полягає в такому. Тверда економічна сила як здатність базується на реальних ресурсах, а м'яка – на суб'єктивному сприйнятті власними й іноземними громадянами економічної системи країни, справедливості її економічного устрою та відповідності її економічних цілей економічним цілям оцінювача.

Тверда економічна сила як дія передбачає використання реальних активів, зміну правил економічних відносин або пропозицію чи погрози про можливість цього. М'яка економічна сила як дія передбачає переконання, вплив на економічні цілі, інтереси та мотивацію об'єкта сили. Це може досягатися популяризацією вигідних країні економічних теорій та шкіл, способу життя з відповідною структурою витрат, способу ведення бізнесу, влас-

ної системи економічного регулювання та соціально-економічної моделі, застосуванням економічних рейтингів країн [251].

Приклад взаємодії твердої та м'якої сили продемонстрували США після Другої світової війни в Західній Європі. З одного боку, США мали домінуючі позиції у виробництві, експорті, здатність фінансувати інші країни за планом Маршалла у своїй валюті, що була універсально прийнятним засобом платежу. З іншого боку, в країнах Західної Європи була розповсюджена думка про те, що США використовують свої можливості для розбудови післявоєнного світу як у своїх інтересах, так і в інтересах цих країн [534, с. 32].

Компоненти сили економічного іміджу також можна класифікувати. М. М. Рижков і Р. Шинкаренко класифікують імідж країни за кількома критеріями [170]:

1. Відносно своєї аудиторії (цільовими групами для іміджу можуть бути як уряди, політичні агенти, фінансово-промислові кола, так і населення загалом [172]):

- об'єктивний або реальний – у свідомості цільової аудиторії;
- суб'єктивний – уявлення у свідомості керівництва країни про об'єктивний імідж у цільової аудиторії;
- змодельований – фактично цільовий імідж, який формується керівництвом країни й іншими фахівцями.

2. За цільовою аудиторією (Д. Богуш також виокремлює образ країни на міжнародному, національному та локальному рівнях [26]):

- зовнішній або міжнародний – у свідомості представників інших країн;
- внутрішній – у мешканців цієї ж країни.

3. За емоційним забарвленням:

- позитивний – коли переважають позитивні риси;
- негативний – коли переважають негативні риси.

4. За цілеспрямованістю:

- природний – що існує без використання спеціальних дій для його зміни;
- штучний – сформований завдяки спеціальним діям.

5. За раціональністю сприйняття:

- когнітивний – у вигляді сухої інформації для експертів;

- емоційний – спрямований на емоційний відгук у широкої аудиторії.

6. За критерієм часу й етапу:

- первинний – базове уявлення про країну після первинного ознайомлення;
- вторинний – сформований у процесі конкурентної боротьби з іншими країнами.

Дж. Най передбачає дві моделі м'якої сили в дії:

- пряма – зміна переконань лідерів інших країн;
- непряма – зміна переконань громадськості та третіх сил, що впливають на лідерів інших країн – шляхом впливу на середовище для ухвалення рішень [476, с. 94].

Серед різновидів м'якої сили також виокремлюють силу:

- що створює сприятливий образ країни у зв'язку із проведенням зовнішньої політики;
- спрямовану на підтримку єдності всередині країни або групи країн (наприклад, модель "гусей, що летять", система "точно в термін", "тойотаїзм" у Японії);
- спрямовану на підвищення рейтингу лідера й інституцій у країні [178].

Е. Маранду, Д. Аманзе і Т. Мтагулва зазначають, що більшість національних брендингових кампаній спрямовані на поліпшення сприйняття країни за кордоном. Проте важливо спрямовувати їх і на власних громадян. По-перше, поведінка громадян країни також впливає на сприйняття країни іноземцями. По-друге, це важливо для вітчизняних виробників, що конкурують з імпортом [455].

Висновки

Структурними елементами економічної сили країни є її рівні та компоненти. В існуючих дослідженнях, зазвичай, економічна сила структурується за одним чи кількома критеріями. Удосконалена нами багатокритеріальна класифікація дозволяє повніше відобразити різні аспекти поняття економічної сили.

Їх можна класифікувати за такими критеріями: ступінь активності (як здатність і як дія), близькість до результатів (потенціал і результати), напрям головного впливу (на інших суб'єктів

чи протидія їх впливу), близькість об'єкта застосування сили (щодо зовнішніх чи внутрішніх суб'єктів), рівень об'єктивності (об'єктивна і така, що сприймається суб'єктивно), ступінь досягнутості (досягнута і перспективна), ступінь кооперації (індивідуальна, кооперативна, конфронтаційна), характер наслідків (негативних або позитивних для суб'єкта, об'єкта сили, третіх країн і системи вищого рівня), ступінь відчутності (явна і прихована), адресація впливу (на конкретний об'єкт чи на широке їх коло), фактори цілепокладання (внутрішніх потреб й обставин), ступінь підпорядкованості (ринкова, ієрархічна, арбітражна), рівень організації (інституціоналізована або ні), ступінь жорсткості (тверда і м'яка).

Детальніше можна виокремити види економічної сили за інститутами сили (сила держави, фірм, внутрішньофірмова, економічних коаліцій, фінансового сектора, міжнародних агентів, кримінальних структур, споживачів). За секторами економіки можна виокремити такі види: фінансово-інвестиційна, продовольча, енергетична, промислова, інформаційно-культурна, інноваційна, людських ресурсів, сировинна, інфраструктурна або сила індустріальної економіки, біоекономіки, монетарної, інноваційної, гламурної, культурнокреативної економіки. За формами міжнародних економічних відносин ми виокремлюємо торговельну, інвестиційно-виробничу, валютно-кредитну, міграційну, трансфертну й інтеграційну економічну силу.

За видами відносин можна виокремити специфічні види економічної сили. Переговорна сила характеризує здатність впливу країни на результати переговорів у сфері міжнародних економічних відносин. Управлінська сила означає здатність ухвалювати оптимальні рішення у сфері економіки керівництвом на рівні державних структур, приватних компаній і недержавних організацій. Купівельна спроможність характеризується доходами й активами, які можна використати для купівлі інших активів, товарів і послуг. Монополістична сила, а в ширшому розумінні ринкова сила, характеризує здатність впливати на цінові пропозиції та нецінові умови угод у процесі обміну. Системно-формуюча і близькі до неї поняття нормативної, структурної,

проективної сили характеризуються здатністю впливати на формальне і неформальне регуляторне середовище для економіки.

Ми також пропонуємо виокремити поняття адаптаційної та синхронізаційної сили. Адаптаційна сила – це можливості одержувати економічні переваги в умовах глобальної або наднаціональної системи, де правила гри формуються переважно іншими країнами. За різних типів економічних систем можуть одержувати переваги зовсім різні країни (економічна система в умовах вільного ринку, автаркізації, конкуренції політичних й економічних систем, взаємодії національних монополій, міжкраїнових трансфертів, масштабної корупції, військових конфліктів, розвинутого екологічного регулювання тощо). Синхронізаційна сила – це здатність країни синхронізувати ділові цикли інших країн із власним циклом. Це дозволяє країні користуватися перевагами незацікавленості інших країн в економічній кризі в ній та надає країні можливості бути активним учасником валютної інтеграції.

Поряд з об'єктивними економічними показниками кожна країна у свідомості людей наділяється тими чи іншими характеристиками її економіки. Те, наскільки економічно привабливою, справедливою та успішною сприймається країна у свідомості власних та іноземних громадян характеризує її економічний імідж. Поняття м'якої економічної сили (внаслідок термінологічної дискусійності ми також використовуємо термін сила економічного іміджу) перебуває на перетині понять сукупної економічної та м'якої національної сили. Остання характеризує впливовість країни завдяки позитивному ставленню населення світу та керівників інших країн також до її зовнішньої політики та політичного устрою (політична складова), культурних досягнень і суспільних цінностей (культурна складова) тощо. Країна, що володіє привабливим іміджем має більше шансів залучати інші країни до міжнародної кооперації на своїх умовах, мінімізуючи витрати безпосередньо на переговори. М'яка економічна сила є тією складовою м'якої сили країни, що визначається економічними факторами.

М'яка економічна сила – це поняття близьке до власне економічного іміджу та бренда країни. Іноді ці поняття майже отожднюють, іноді розрізняють. Позитивна та негативна інформація про країну є віртуальними аналогами активів і зобов'язань

національної економіки в реальній площині. Однак сила економічного іміджу характеризує не тільки позитивне враження про економічний стан, економічну політику, справедливість економічної моделі країни відносно негативних вражень про неї (як економічний імідж). Вона також відображає і ступінь поширеності інформації про країну порівняно з іншими країнами. Бренд країни пов'язаний із вартісною оцінкою переваг іміджу країни, які дозволяють їй бути економічно успішнішою. Активний компонент м'якої сили передбачає заходи брендингу. Економічний імідж країни, його сила та бренд залежать як від поточної інформації, так і від минулих подій.

З огляду на це ми даємо по два визначення для твердої та м'якої економічної сили. Тверда економічна сила як здатність базується на реальних ресурсах, а м'яка – на суб'єктивному сприйнятті власними й іноземними громадянами справедливості її економічного устрою та відповідності її економічних цілей економічним цілям оцінювача. Тверда економічна сила як дія передбачає використання реальних активів чи зміну правил економічних відносин. М'яка економічна сила як дія передбачає вплив на економічні цілі, інтереси та мотивацію об'єкта сили.

Силу економічного іміджу теж можна класифікувати, зокрема за критеріями об'єктивності (об'єктивна, суб'єктивна та змодельована), цільової аудиторії (щодо власних громадян й іноземців), емоційним забарвленням (позитивного та негативного іміджу), цілеспрямованістю (природна та штучна), моделлю впливу (щодо осіб, які приймають рішення, та широкої громадськості) тощо.

Видавничо-поліграфічний центр
"Київський університет".
Версія не для друку

Розділ 2

ОЦІНКА РОЗПОДІЛУ ЕКОНОМІЧНОЇ СИЛИ У СВІТОВОМУ ГОСПОДАРСТВІ

2.1. Сучасний стан і динаміка розподілу твердої економічної сили

Для вимірювання економічної сили використовують різні критерії – від найпростіших до комплексних. Вимірювання економічної сили ускладнене тим, що це не є тим явищем, яке безпосередньо спостерігають. Абстрактний характер, багатомірність і багатокомпонентність поняття економічної сили обумовлює множинність методів її кількісного виміру. Конкретний метод виміру може залежати від цілей досліджень і їхніх практичних наслідків [249].

Оцінки показують, що економічна сила розподілена неоднаково між провідними економічними центрами світу й іншими країнами. З розвитком світового господарства вона продовжує перерозподілятися. У ХХІ ст. домінуючою тенденцією є значний перерозподіл економічної сили із країн Заходу до країн Азії та від розвинених країн до значної частини країн, що розвиваються.

У зазначеній главі ми маємо на меті охарактеризувати стан розподілу твердої економічної сили між країнами та визначити основні тенденції в перерозподілі економічної сили між головними складовими світової економіки.

Розробниками методів оцінки твердої економічної сили та економічної складової сукупної національної сили країни є багато вчених (серед них А. Вірмані, Л. Гальперіна, С. Соколов, К. Басу, С. Де, Р. Гош і Швета) й установ (Інститут економічних стратегій, Міжнародна академія досліджень майбутнього, Міжнародна ліга стратегічного управління, оцінки та обліку, Світовий банк, Credit Suisse, Pew Research Center).

Найбільший огляд методів оцінки національної сили подає К. Хьон [422]. Значною мірою методи є комплексними, основа-

ними на кількох факторах (значною мірою економічних). Більшість їх розробників (73 %) використовує волюнтаристично вагові коефіцієнти для складових індексів. Решта застосовували такі методи: методи зменшення розмірності даних (наприклад, аналіз основних компонент, факторний аналіз, кластерний аналіз тощо) – у 17 % випадків; методи на основі опитувань суб'єктивних оцінок сили та регресійного аналізу – 10 %; методи на основі емпіричних даних ефективності індексів (наприклад результати війн) та регресійного аналізу – майже не використовували. Метод суб'єктивних оцінок, хоча має переваги перед волюнтаристичними, проте демонструє залежність від ситуації, часу та громадянства респондентів [422, с. 266, 268, 271].

М. Хафезнія, С. Заргхані, З. Ахмадіпор та А. Ефтекхарі у своєму огляді наводять 28 методів визначення національної сили. Серед економічних та умовно економічних показників найчастіше зустрічаються: населення (23), природні ресурси (17), географічне положення (16), розмір країни (13), наука і технологія (13), фінанси (11), промислове виробництво (9), міжнародна торгівля (7), економічне зростання (7), виробництво продуктів харчування (7), клімат (6), ВВП (6), транспорт (3) [409].

Щодо динаміки розподілу економічної потужності, то низку аргументів наведено на користь існування згаданої нами домінуючої тенденції щодо перерозподілу економічної сили в дослідженнях таких учених, як Б. Айхенгрін, А. Апокін, А. Веріжніков, М. Відякіна, Д. Джуліус, Р. Каппель, О. Кузнецов, М. Леденева, А. Маттоо, Н. Навроцька, Ф. Нг, С. Пахомов, Н. Резнікова, В. Якунін. Так, Д. Джуліус оцінювала ще у стабільному 2005 р. три компоненти економічної сили США як спадаючі (купівельна спроможність, регуляторна сила, м'яка сила) і два як стабільні ("батіг і пряник", гіперконкурентоспроможність) [435]. А. Веріжніков звертає увагу на те, що в 2009–2010 рр. США мали проблеми із боргами, а Китай став другою світовою державою. Японія мала державний борг у 200 % ВВП і ще одне десятиліття зростання, близького до нульового. Бразилія та Туреччина стали регіональними наддержавами та почали здійснювати самостійну зовнішню політику [37].

Проте багато інших дослідників зауважують, що ця тенденція переоцінена в економічній літературі. Аргументи на користь

такої помірної позиції наводять, зокрема, Дж. Голдстоун, Л. Грінін, М. Дзвіс, К. Елліотт, Л. Грінін, Ю. Макогон, Дж. Най, Б. Оугг, З. Сардар, С. Хантінгтон, Г. Хафбауер, Дж. Шотт. Наприклад, ще в кінці 1980-х рр. С. Хантінгтон зазначав, що відчуття послаблення США було вже п'ятим із 1950-х рр. Значною мірою ці хвилі мали економічні причини. Перша хвиля була викликаний освітніми, науково-технічними, зокрема космічними досягненнями та в 1,5 рази більшими темпами економічного зростання в СРСР у кінці 1950-х рр. Друга хвиля у кінці 1960-х рр. – зростанням економічної сили Європи та Японії. Третя – нафтовою кризою 1973 р. і посиленням ролі арабських країн. Четверта – переважно політичними факторами. П'ята – бюджетним і торговельним дефіцитом та конкуренцією з боку Японії. Він оптимістично давав оцінку цим хвилям: вони є лише стимулом, щоб мобілізувати зусилля і подолати складнощі [429].

Частина дослідників поєднують аргументи на користь обох поглядів: А. Агеев, Б. Куроедов, Я. Столярчук, А. Субраманьян, Д. Шамбо. Ми маємо визнати, що в існуючих дослідженнях непоодиноким є однобічність в оцінці тенденцій перерозподілу економічної сили: занадто оптимістична або песимістична оцінка в дослідників із відповідних країн, покладання на екстраполяцію тенденцій останніх років, або концентрація на окремих факторах.

Далі ми наведемо кілька прикладів існуючих оцінок сучасного стану розподілу твердої економічної сили у ХХІ ст.

Методи на основі поправок до ВВП. Метод стратегічної матриці враховує дев'ять компонентів (кожний вимірюють у балах від 1 до 10 експертними оцінками). Серед них компонент економіка базується на таких показниках: ВВП, ВНП, частка у світовій економіці, ВВП на душу населення, торговельний баланс, ПКС національної валюти, основні торговельні партнери, структура експорту й імпорту, зокрема за рівнем технологічності, відношення ВВП до зовнішньої торгівлі, вага у фінансовій сфері, продовольча незалежність.

За цим методом у 2008 р. виокремили економічні наддержави з ВВП за ПКС понад 5 трлн дол (ЄС, США, Китай), великі сили – понад 1,5 трлн дол (Японія, Індія, Німеччина, Велика Британія, Франція, Італія, Росія, Бразилія), регіональні сили – понад

150 млрд дол (наприклад, Республіка Корея, Канада Мексика, Іспанія), решта є малими країнами [396, с. 17].

А. Вірмані розподіляє національну силу на два компоненти: потенціал сили (економічна сила і технологічні можливості – останні відображають ВВП на душу населення) і військові можливості. Нас цікавить індекс потенціалу сили, який розраховують за формулою:

$$NPP = Y \cdot y^{\alpha}, \quad (2.1)$$

де NPP – індекс потенціалу сили; Y – ВВП за ПКС щодо ВВП США; y – ВВП на душу населення щодо рівня США; α – параметр, що приймає значення від 0 до 1, як зазвичай дорівнює 0,5 [565, с. 2, 6–7].

З огляду на це А. Вірмані у 2005 р. визначає США, ЄС (80 % від рівня США), Китай (25) та Японію (27 %) як глобальних гравців, а як регіональні сили Німеччину, Францію, Велику Британію, Італію, Росію та Іспанію в Європі (і меншою мірою Нідерланди, Польщу, Бельгію, Австрію, Швецію, Швейцарію, Норвегію, Грецію), Індію, Республіку Корея та Австралію в Азії (Тайвань, Таїланд, Індонезію, Гонконг), Канаду і Бразилію в Америці (Мексика, Аргентину) і жодну в Африці та на Близькому Сході (або Південну Африку, Туреччину, Іран, Саудівську Аравію). Він також розглядає гіпотетичний варіант розподілу сили між ЄС та країнами-членами навпіл. Тоді ЄС матиме потенціал сили 40 %, а не 80 % від США, а Німеччина матиме менший потенціал сили ніж Канада [565, с. 10–13, 26].

Л. Гальперіна використовує індекс економічної потужності, який також поєднує відносний ВВП і ВВП на душу населення і розраховується за формулою (другий множник – це нормалізований ВВП на душу населення):

$$EPI = \frac{GDP}{GWP} \cdot \frac{\log(GDP_{pc}) - \log(GDP_{pc \min})}{\log(GDP_{pc \max}) - \log(GDP_{pc \min})}, \quad (2.2)$$

де EPI – індекс економічної потужності; GDP – ВВП країни; GWP – світовий валовий продукт; GDP_{pc} – ВВП на душу населення в країні; $GDP_{pc \max}$ – ВВП на душу населення в найзамож-

нішій країні світу; $GDP_{рстmin}$ – ВВП на душу населення в найбіднішій країні світу.

За індексом економічної потужності Л. Гальперіної країни мали такі значення у 2011 р.: США 18,5 %, Японія 5,2, Німеччина 3,5, Велика Британія 2,7, Франція 2,6, Росія 2,3, Італія 2,1, Іспанія 1,6, Канада 1,6, Україна 0,3 % [44].

Критерії на основі багатства. Окрему групу оцінок становлять оцінки на основі накопиченого багатства. База даних *Wealth of Nations* Світового банку надає дані про національне багатство. Сукупне багатство розраховують як суму природного капіталу, виробленого капіталу, нематеріального капіталу і чистих закордонних активів [539]. Проте ця статистика не оновлюється із 2005 р. Спосіб обрахунку нематеріального капіталу та його велика частка в сукупному багатстві створюють обґрунтовані підозри в завищеній оцінці національного багатства розвинених країн. Його розраховують як різницю між сукупним багатством й іншими видами багатства. Сукупне багатство розраховують як дисконтовану вартість майбутнього сталого споживання.

У 2005 р. (останні опубліковані дані) Світовий банк подав такі дані щодо національного багатства: США 32,3 %, Японія 10,4, Німеччина 6,7, Велика Британія 5,9, Франція 5,3, Італія 4,3, Китай 3,7, Україна 0,2 %. Якщо не враховувати невідчутний капітал, то розподіл буде іншим: США 20,7 %, Японія 12,5, Китай 8,8, Німеччина 5,9, Росія 4,6, Франція 4,2, Італія 3,5, Велика Британія 3,3, Індія 3,3, Бразилія 3, Україна 0,42 %. Якщо не враховувати проблеми зі сталістю розвитку, другий спосіб краще характеризує потенціал економічної сили (розраховано за [539]).

У звіті про багатство *Credit Suisse* рахують безпосередньо або на основі приблизних оцінок багатство домогосподарств країн: фінансові активи та нерухомість мінус борги. Використовують офіційний валютний курс для порівняння між країнами (оскільки більшість багатства сконцентровано в руках заможних, які є інтернаціонально мобільними) [399, с. 5]. За їх оцінками багатство домогосподарств країн світу було розподілено як зазначено у табл. 2.1. А за регіонами у 2014 р. (у 2000 р.): Північна Америка 34,7 % (38,8 %), Європа 32,4 (28,8), АТР 28,4 (28,6), Латинська Америка 3,5 (2,9), Африка 1,1 % (0,9 %) [399, с. 22–25, 34–

37]. Як бачимо, основний перерозподіл відбувся від Японії та США до Китаю та частини Європи (незважаючи на кризу, ймовірно внаслідок динаміки курсу євро). Проте їх методика дозволяє обрахувати відносно надійно багатство лише розвинених країн: якість даних щодо багатьох країн, які розвиваються, серед яких й Україна, достатньо низька.

Таблиця 2.1. Розподіл багатства домогосподарств по країнах, %

Країна	2014 р.	2000 р.	Країна	2014 р.	2000 р.	Країна	2014 р.	2000 р.
США	31,8	36,7	Індія	1,4	1,0	Індонезія	0,6	0,3
Японія	8,8	16,5	Республіка Корея	1,4	0,9	Австрія	0,6	0,5
Китай	8,1	4,0	Швейцарія	1,4	1,1	Данія	0,5	0,4
Франція	5,8	3,9	Тайвань	1,3	1,5	Норвегія	0,5	0,3
Німеччина	5,4	5,0	Бразилія	1,2	0,7	Греція	0,4	0,4
Велика Британія	5,4	6,1	Бельгія	1,0	1,0	Гонконг	0,4	0,5
Італія	4,8	4,7	Нідерланди	1,0	1,1	Сінгапур	0,4	0,3
Канада	2,9	2,1	Мексика	1,0	0,8	Туреччина	0,4	0,4
Австралія	2,7	1,2	Швеція	0,9	0,7	...	...	...
Іспанія	1,9	1,7	Росія	0,8	0,3	Україна	0,0	0,0

Джерело: [399, с. 22–25, 34–37].

Методи на основі опитування. Ще одна група оцінок використовує метод опитування замість об'єктивних статистичних показників. Наприклад, фахівці Pew Research Center проводять періодичні або разові опитування громадськості в багатьох країнах щодо ставлення до різних країн [547]. Окреме питання в їх опитуваннях – визначення світового економічного лідера – країни, що володіє максимальною економічною силою. Громадськість різних країн може називати економічним лідером такі світові економічні центри: США, ЄС, Китай та навіть Японію. США традиційно вважали економічним лідером світу. Економіка ЄС постійно розширюється, проте останнім часом зіштовхнулася зі складнощами, до того ж ЄС не є повністю консолідова-

ним суб'єктом. Китай – найбільш динамічно велика економіка, що швидко наближається до США за обсягом ВВП.

У 2013 р. (або найближчому до нього році) найбільшою мірою США вважали економічним лідером у Сенегалі (частка опитаних у країні, що так вважає, становила 72 %), Ізраїлі (70), Філіппінах (67), Японії (67), Кенії (66), Сальвадорі (62), Республіці Корея (61), а найменше у Німеччині (19), Чеській Республіці (26), Іспанії (27), Австралії, Канаді, Росії (28 %). Останнім часом (порівняно з 2007 або наближеним до нього роком) ця частка найбільше зросла в Японії (різниця між частками в поточний період і базовий становила 15 відсоткових пункти (далі в. п.)) та Ізраїлі (14 в. п.), а впала у Польщі (–19 в. п.), Іспанії (–15 в. п.), Південній Кореї (–13 в. п.).

Найбільшою мірою ЄС вважають економічним лідером у Сальвадорі (15 %), Німеччині (14), Україні (10), а найменше в Індії, Пакистані (1), Бразилії, Ізраїлі, Італії, Сенегалі (2 %). Останнім часом ця частка зросла лише в Південній Кореї (2 в. п.), не змінилася в Пакистані та Південній Африці (0 в. п.), а впала найбільше в Німеччині (–17 в. п.), Іспанії, Японії та Лівані (–15 в. п.).

Найбільшою мірою Китай вважають економічним лідером в Австралії (61 %), Німеччині (59), Іспанії, Канаді (56), а найменше в Сальвадорі, Сенегалі (11), Уганді, Філіппінах (13), Мексиці (16), Болівії, Індії, Туреччині (17 %). Останнім часом ця частка найбільше зросла в Іспанії (32 в. п.), Німеччині (29 в. п.), Великій Британії та Польщі (24 в. п.), а впала в Ізраїлі (–3 в. п.) та Мексиці (–1 в. п.).

Найбільшою мірою Японію вважають економічним лідером у Росії (17 %), Бразилії (13), Болівії, Україні та Філіппінах (12), а найменше в Ізраїлі, Китаї, Пакистані, Республіці Кореї (1 %). Останнім часом ця частка зросла практично лише в Литві та Чилі (8 в. п.), а найбільше зменшилась у Росії (–8 в. п.), Індонезії та Німеччині (–7 в. п.).

В Україні більшість вважала економічним лідером світу США (40 %), Китай (22), Японію (12), ЄС (10 %) [547]. США вбачали економічним лідером відносна більшість населення у 28 країнах, Китай – у 14. Середньоарифметична щодо охоплених країн частка населення, яка вважала той чи інший центр еконо-

мічним лідером, становила 46 % для США, 31 для Китаю, 6 для Японії та 5 % для ЄС (розраховано за [547]).

Проте, незважаючи на бачення окремими респондентами економічним лідером Японію, на нашу думку, у сучасних умовах для цього немає об'єктивних підстав на відміну від суб'єктивних думок щодо інших економічних центрів. Наприклад, економіка ЄС набагато більша за економіку Японії, при цьому громадськість світу оцінює їх шанси вважатися економічними лідерами світу як приблизно однакові. Це якраз той випадок, коли суб'єктивні оцінки не завжди можна використовувати для вимірювання об'єктивних явищ (для пор.: суб'єктивні оцінки економічного лідерства США або Китаю точніше відображають об'єктивну реальність).

Економічна сила уряду. К. Басу, С. Де, Р. Гош і Швета розробили індекс економічної сили уряду (не претендуючи на оцінку сили країни загалом) на міжнародній арені. Він містить чотири вимірювані складові: доходи уряду, валютні резерви, експорт товарів і послуг, людський капітал. Ці складові відображають можливості задіяти ресурси, кредитоспроможність і довіру на міжнародних фінансових ринках, вплив на глобальну економічну активність і потенціал людських ресурсів. Людський капітал вимірюють як населення, помножене на середню кількість років освіти. При побудові зазначеного індексу автори намагалися уникати показників, що значно дублюють один одного. Не використовують поправку на ПКС, щоб вимірювати силу саме на міжнародній арені, через це розвинені країни сприймаються як сильніші [315, с. 4, 8–9]. Безрозмірне вимірювання кожного компоненту (змінної) індексу забезпечується використанням формули:

$$M_{vk} = (v_{ik} - \min\{v_i\}) / (\max\{v_i\} - \min\{v_i\}), \quad (2.3)$$

де v_{ik} – величина змінної v_i для країни k .

При цьому до фактичного максимального рівня додається ще 25 %, щоб залишити місце для поліпшення індикатора.

Та особливість, що країнам, національні валюти яких є резервними, немає потреби тримати великі валютні резерви, вирішують таким чином. Робиться поправка на вагу цих валют у валютній корзині СПЗ, а також у сукупних валютних резервах

країн світу. З огляду на це компонент валютних резервів для США (FUS), Великої Британії (FUK) та Японії (FJ) розраховують за формулами:

$$F_{US} = f_{iUS} + s_{usd} \cdot IR_{usd}, \quad (2.4)$$

$$F_{UK} = f_{iUK} + s_p \cdot IR_p, \quad (2.5)$$

$$F_J = f_{iJ} + s_y \cdot IR_y, \quad (2.6)$$

де f_i величини валютних резервів для кожної із зазначених країн; s_{usd} – частка долара у корзині СПЗ; s_p – частка фунта стерлінгів у корзині СПЗ; s_y – частка ієни у корзині СПЗ; IR_{usd} , IR_p та IR_y – відповідно, валютні резерви, деноміновані в доларах, фунтах стерлінгів та ієнах [315, с. 11–12].

Компонент валютних резервів для країн єврозони розраховують за формулою:

$$F_{Euro_j} = f_{ij} + n_j \cdot s_{Euro} \cdot IR_{Euro}, \quad (2.7)$$

де F_{Euro_j} – компонент валютних резервів для країни j ; f_{ij} – валютні резерви країни єврозони; n_j – частка голосів країни у Раді ЄС; s_{Euro} – частка євро у корзині СПЗ; IR_{Euro} – валютні резерви, деноміновані в євро.

При побудові сукупного індексу використовують геометричну середню безрозмірних індивідуальних індикаторів:

$$IGEP_k = \left[(MR_k)(Mf_k \cdot ME_k)^{1/2} (MH_k) \right]^{1/3}, \quad (2.8)$$

де $IGEP_k$ – економічна сила національного уряду країни k ; MR_k – безрозмірний компонент доходів уряду; Mf_k – безрозмірний компонент валютних резервів; ME_k – безрозмірний компонент експорту товарів та послуг; MH_k – безрозмірний компонент людського капіталу [315, с. 14].

Додатково вони розраховують імпульс індексу – IM_k (ураховує силу та швидкість її приросту) за формулою [315, с. 17]:

$$IM = \{ [IGEP_{k2009} - IGEP_{k2000}] / IGEP_{k2000} \} \cdot IGEP_{k2009}, \quad (2.9)$$

На нашу думку, це є вдалим способом об'єднання статичних і динамічних аспектів економічної сили.

Автори індексу зазначають, що додатковими можливими індикаторами можуть бути витрати уряду на соціальний сек-

тор, оборону, частка державного сектора в економіці, фінансовий запас, природні ресурси, виробничі потужності, упевненість іноземних інвесторів, конкурентоспроможність промисловості та послуг, але їх урахування може дублювати інформацію з уже врахованих чотирьох індикаторів. Наприклад, значні валютні резерви Саудівської Аравії вже відображають значні запаси нафти [315, с. 21].

За індексом економічної сили уряду, який використовують К. Басу, С. Де, Р. Гош і Швета, у 2009 р. перші позиції займали такі країни: США, Китай, Японія, Німеччина, Індія, Росія, Франція, Бразилія, Південна Африка, Італія. А у 2000 р.: США, Японія, Китай, Німеччина, Франція, Велика Британія, Італія, Індія, Канада, Бразилія. Детальніше індекс вказано в табл. 2.2. За 2000–09 рр. відбулися такі найбільші зміни: зростання Росії з 15 до 6 місця, Південної Африки із 12 до 9 місця, Бразилії з 10 до 8 місця, Індії з 8 до 5 місця; зменшення Великої Британії із 6 до 11 місця, Канади з 9 до 15 місця [315, с. 15]. Якщо враховувати й менші економіки, то за швидкістю зростання індексу перші місця посідають Азербайджан, Білорусь, Судан, Ангола, Казахстан, Грузія, Китай, Киргизька Республіка, Україна, Румунія [315, с. 17–18]. А комбіновано за силою та швидкістю її зростання рейтинг такий: Китай, Індія, Росія, США, Бразилія, Південна Африка, Німеччина, Саудівська Аравія, Японія, Італія [315, с. 17].

Таблиця 2.2. Рейтинг та величина індексу економічної сили уряду у 2009 р.

№	Країна	Індекс	№	Країна	Індекс
1	США	0,4695	51	Бангладеш	0,0073
2	Китай	0,4254	52	Марокко	0,0070
3	Японія	0,1979	53	Ангола	0,0065
4	Німеччина	0,1267	54	Словацька Республіка	0,0057
5	Індія	0,1183	55	Нова Зеландія	0,0056
6	Російська Федерація	0,0947	56	Болгарія	0,0047
7	Франція	0,0891	57	Білорусь	0,0045
8	Бразилія	0,0884	58	Азербайджан	0,0042
9	Південна Африка	0,0794	59	Хорватія	0,0042

Продовження табл. 2.2

№	Країна	Індекс	№	Країна	Індекс
10	Італія	0,0772	60	Туніс	0,0037
11	Велика Британія	0,0722	61	Кенія	0,0036
12	Республіка Корея	0,0546	62	Шрі-Ланка	0,0030
13	Іспанія	0,0503	63	Литва	0,0028
14	Мексика	0,0492	64	Танзанія	0,0027
15	Канада	0,0478	65	Словенія	0,0027
16	Індонезія	0,0348	66	Судан	0,0026
17	Туреччина	0,0342	67	Болівія	0,0025
18	Саудівська Аравія	0,0337	68	Йорданія	0,0025
19	Австралія	0,0326	69	Ємен	0,0024
20	Нідерланди	0,0318	70	Домініканська Республіка	0,0022
21	Польща	0,0308	71	Уругвай	0,0021
22	Таїланд	0,0250	72	Камерун	0,0020
23	Швейцарія	0,0215	73	Люксембург	0,0020
24	Бельгія	0,0212	74	Латвія	0,0020
25	Малайзія	0,0208	75	Коста-Ріка	0,0019
26	Аргентина	0,0208	76	Ефіопія	0,0019
27	Швеція	0,0203	77	Гватемала	0,0019
28	Нігерія	0,0194	78	Уганда	0,0017
29	Норвегія	0,0168	79	Тринідад і Тобаго	0,0016
30	Єгипет	0,0164	80	Естонія	0,0016
31	Данія	0,0162	81	Парагвай	0,0015
32	Україна	0,0160	82	Замбія	0,0014
33	Австрія	0,0154	83	Кіпр	0,0014
34	Філіппіни	0,0150	84	Камбоджа	0,0013
35	Чеська Республіка	0,0146	85	Ботсвана	0,0012
36	Колумбія	0,0139	86	Грузія	0,0012
37	Румунія	0,0130	87	Сенегал	0,0011
38	Венесуела	0,0126	88	Албанія	0,0011
39	Угорщина	0,0124	89	Ямайка	0,0010
40	Греція	0,0122	90	Киргизька Республіка	0,0008

Закінчення табл. 2.2

№	Країна	Індекс	№	Країна	Індекс
41	Ізраїль	0,0119	91	Молдова	0,0008
42	Сінгапур	0,0118	92	Намібія	0,0008
43	В'єтнам	0,0116	93	Нікарагуа	0,0008
44	Пакистан	0,0113	94	Вірменія	0,0007
45	Португалія	0,0102	95	Малі	0,0007
46	Фінляндія	0,0100	96	Бенін	0,0007
47	Чилі	0,0099	97	Ісландія	0,0006
48	Перу	0,0096	98	Маврикій	0,0006
49	Ірландія	0,0090	99	Гаїті	0,0006
50	Казахстан	0,0082	100	Бруней	0,0005

Джерело: [315, с. 34].

Торговельну силу можна визначити за торговельними сферами впливу. Методика визначення торговельної сфери впливу у С. Соколова така. Для кожної країни можна визначити головного торговельного партнера за експортом, імпортом або зовнішньоторговельним оборотом. Останній показник відносно ВВП країни визначає зовнішньоторговельну квоту головного торговельного партнера. У випадку, якщо вона перевищує 40 %, то йдеться про високу залежність (1 група), 20–40 % – середню (2); 10–20 % – малу (3), а 10 % – незначну (4) [192]. Після цього можна з'ясувати кількість країн у кожній сфері впливу, а також сумарний експорт та імпорт країни – суб'єкта сили у своїй сфері впливу.

С. Соколов визначає розміри торговельних сфер впливу країн. Серед 245 країн 44 він відносив до американської торговельної сфери впливу, на другому та третьому місцях помітно відстають німецька та китайська. В американській сфері впливу 7 країн мають високу залежність (малі країни Карибського басейну), 22 країн – середню (також переважно країни Карибського басейну, Африки, Океанії, Канада), 11 країн – малу (ті ж регіони, а також Ізраїль), 4 країни – незначну (Афганістан, Єгипет, Китай, Перу). З часом американська торговельна сфера впливу зменшувалася (ще у 2009 нараховувала 56 країн, у 2011 – 48 країн). Наприклад, до іншої сфери впливу перейшли Бразилія, Індія, Японія тощо.

У сфері впливу Німеччини дев'ять країн мали середню залежність, шість – малу і вісім – незначну (усі країни Європи). З часом вона також зменшувалася (у 2009 27 країн, у 2011 23 країни). У сфері впливу Китаю три країни/території мають високу залежність (Лесото, КНДР, Монголія), дві – середню (включаючи Тайвань), вісім – малу (країни Африки, Східної Азії, Близького Сходу), три – незначну (з Африки та Іран). Сфера впливу Китаю динамічно зростає (у 2009 27 країн, у 2011 38 країн).

До сфери впливу Франції входили сукупно 13 країн (Африка та Європа), Росії – 12 країн і територій (пострадянський простір та Сербія), Японії – 9 країн (Близький Схід, Східна Азія, Африка, Австралія), Італії – 8 країн (Європа та Африка), Австралії – 6 країн (Океанія), Саудівської Аравії – 3 країни (Близький Схід та Африка), ПАР – 5 країн (Африка), Великої Британії – 5 країн (Європа та Африка), Індії – 4 країни (Південна Азія та Африка), Бразилії – 4 країни (Південна Америка), Іспанії – 3 країни (Європа та Карибський басейн), Португалії – 3 групи (колишні островні колонії), Сингапуру – 3 країни (Азія та Карибський басейн), Бельгії – 3 країни (Африка). По одній-дві країни мали у своїй сфері впливу: Таїланд, Кенія, Фіджі, Венесуела, Малайзія, Фінляндія, Хорватія, Пакистан, Україна, Джибуті, Туреччина, Тринідад і Тобаго, Південна Корея, Нігерія, Сирія, Ірак, Греція, Сербія, Канада, ОАЕ, Нідерланди [192].

Середньозважена зовнішньоторговельна квота метрополії у своїй сфері впливу найбільша у ПАР (40,3 %), Росії (21,1), Португалії (20,6), найменша – у Бельгії (6,6), Франції (7), Сингапуру (9,1 %). По кожній сфері впливу С. Соколов розрахував частку експорту й імпорту в та з метрополії та різницю між ними. За цією ознакою сфери впливу поділені на:

- імпортні (різниця менше –10 %, переважає імпорт із метрополії): саудівська, південноафриканська, португальська, російська, індійська, бразильська та сингапурська;
- експортні (понад 10 %): американська, італійська та бельгійська;
- рівноважні (між –10 % і 10 %) – решта сфер [192].

Якщо ми додамо експорт та імпорт метрополій у своїх сферах впливу, що зазначені у дослідженні С. Соколова, то найбі-

льші сфери впливу будуть такими: американська (1962 млрд дол), німецька (1513), французька (348), китайська (270), японська (218), британська (100), російська (87), італійська (56), сингапурська (40), іспанська (37), бразильська (32), австралійська (15), південноафриканська (11), саудівська (8,5), індійська (5,5), бельгійська (0,9), португальська (0,4 млрд дол). А за обсягами ВВП найбільшими сферами впливу є американська та німецька (понад 10 трлн дол), французька, китайська, японська (1–5), російська, італійська, бразильська, сингапурська, австралійська, іспанська (100–1000 млрд дол), можливо британська (розраховано за [192]). Як ми бачимо, за цими двома показниками рейтинг сфер впливу майже однаковий.

Ознаки послаблення західного центру економічної сили.

Далі ми систематизуємо аргументи щодо глобального перерозподілу економічної сили [242, 265]. Ми можемо говорити, що країни Заходу і розвинені країни загалом тривалий час рухаються в напрямі втрати домінування в економічній силі, з огляду на такі міркування.

Посилення економічної сили країн, що розвиваються, відображається у вищих темпах їх економічного зростання. А. Субраманьян показує: якщо в 1960–2000 рр. лише 21 із 72 країн, що розвиваються (у його вибірці не враховані малі країни та нафтові експортери), тобто 29 %, мали темпи економічного зростання на душу населення вищі ніж у США, то у 2000–2008 рр. вже 76 із 89 – тобто 93 %. Фактично, відбувається конвергенція за рівнем доходу: бідніші країни виграють від припливу капіталу, доступності технологій, використання досвіду успішних країн у власній політиці та створенні інституцій [537, с. 71, 74].

С. Пахомов, відзначає, що у 2000–2011 рр. зменшувалася питома вага країн Великої сімки та єврозони за ВВП за ПКС порівняно з новими індустріальними країнами Азії, де також нижчий рівень безробіття [151]. Я. Столярчук зауважує, що у недалекому майбутньому новими центрами економічної влади можуть стати Китай, Індія, Бразилія, Індонезія, Сингапур, Гонконг і кілька країн Близького Сходу, у яких формуються галузі шостого технологічного укладу [197].

Посилення країн, що розвиваються, відбувається не лише на державному, а й на корпоративному рівнях. Зокрема, поступово зростала частка країн – новітніх ринків у рейтингу 500 найбільших компаній журналу "Fortune" (із 34 у 2005 до 106 у 2012 – переважно це компанії з країн БРІК) [104].

Відбуваються зрушення й у фінансовій сфері. Н. Навроцька звертає увагу, що з 1990 до 2012 рр. зменшилася частка розвинених країн у світових заощадженнях із 79 до 48 %, особливо це стосувалося США [138]. Азіатським країнам належить першість у золотовалютних резервах [397, с. 9]. Деякі дослідники очікують на посилення ролі юаню [100] та трансформацію міжнародної валютно-фінансової системи на багатополярну [167]. Посилення ролі фондів суверенного багатства, недостатня прозорість і можлива нефінансова мотивація інвестицій призводили до занепокоєння США та ЄС щодо використання таких інвестицій для досягнення політичних цілей арабськими країнами, Китаєм, Росією [11].

Посилюється роль країн, що розвиваються, у глобальному економічному регулюванні. Бразилія, Китай та Індія беруть участь у розробці технічних й економічних стандартів, кліматичній та енергетичній політиці та інших проблемах глобальної економіки, посилили свій вплив у міжнародних економічних організаціях [436, с. 6].

Про проблеми в розвинених країнах свідчить структура витрат їх державного бюджету. Як зауважує В. Якунін, у структурі державного бюджету розвинених країн домінують витрати на охорону здоров'я (відповідно, інституціональний та психологічний маркер минулого – люди похилого віку і консервація), а в країнах, що розвиваються – на освіту (маркер майбутнього – молодь і розвиток) [289].

Ідеться також не лише про посилення конгломерату країн, що розвиваються, а й про висування їх представника (Китаю) на статус економічної наддержави. Як стверджує Д. Шамбо, вже у 2011 р. Китай мав другу у світі економіку, найвищі стабільні темпи економічного зростання протягом двох десятиліть і відповідав за 40 % глобального економічного зростання, був найбільшим у світі споживачем енергії, найбільшим експортером товарів, і другим імпортером, третім найбільшим торговцем послугами, другим реципієнтом прямих іноземних інвестицій,

п'ятим експортером прямих інвестицій, мав 4 із 10 найбільших банків світу за капіталізацією, найбільшим закордонним власником державного боргу США, мав найбільші золотовалютні резерви [516, с. 156–157]. При цьому А. Анісімов висловлює підозри у занижених офіційних даних про величину економіки Китаю [8]. У 2012 р. Китай вже мав 73 компанії в рейтингу 500 найбільших компаній журналу "Fortune", для порівняння – США мали 132 компанії, Японія 68, Франція та Німеччина по 32, Велика Британія 27 [104].

Китай перетворився на системоформуючу економіку у світовому господарстві. Відповідно, Б. Айхенгрін зазначає, що зміни у глобальному розподілі економічної сили створюють незвичні обставини і, відповідно, ризики. Наприклад, тепер уже потрібно бути занепокоєним через міжнародні ризики можливого різкого уповільнення економічного зростання в Китаї, падіння цін на нерухомість або незадоволень працівників [369, с. 13].

На нашу думку, про відносно економічне послаблення провідних розвинених країн свідчить ще один непрямий індикатор. Звичайно, зменшення стимулів для подальшої глобальної лібералізації торгівлі може бути викликане регіоналізацією тарифних преференцій та вже достатньо низьким рівнем тарифного захисту. Проте гальмування подальшої лібералізації торгівлі на глобальному рівні в межах СОТ, як ми припускаємо, непрямо свідчить і про відносно послаблення західного економічного центру.

Раніше західні компанії були більш відносно конкурентоспроможними та митні тарифи були бар'єром на шляху їх експорту до країн, що розвиваються, у більшій мірі ніж у зворотному напрямі. Знижуючи імпортні тарифи у себе західні країни також полегшували доступ на ринок для своїх же ТНК, які розміщували виробництво у країнах Півдня. Тепер у багатьох країнах, що розвиваються, сформувалися свої потужні компанії, тому подальше зниження імпортних тарифів у західних країнах в обмін на зниження митних тарифів в інших країнах призведе до менших відносних переваг для західних ТНК, ніж це було раніше.

Часткове підтвердження цього аргументу ми знаходимо в інших дослідженнях. Зокрема А. Маттоо, Ф. Нг та А. Субраманьян зауважують, що економічна сила і динаміка Китаю (точніше занепокоєння його зростанням як потужного конкурента)

стала сповільнюючим фактором у переговорах у межах Доха-раунду СОТ у кінці першого десятиліття 2000-х рр. У найбільш захищених секторах найбільших торговельних партнерів Китаю частка імпорту з Китаю суттєво більша (від 50 % в імпорті США, ЄС і Канаді до 70 % в імпорті Японії), ніж в усьому імпорті. У багатьох основних імпортерах частка Китаю навіть у цих захищених секторах зросла більше ніж удвічі у 2001–2009 рр. і це незважаючи на наявність преференційних торговельних угод у цих торговельних партнерів із сусідами (наприклад, Мексика, Туреччина, Канада) [459, с. 1–2].

Проте можна навести й аргументи на користь перебільшення чи відтермінування тенденції втрати економічної сили розвиненими країнами.

Ознаки збереження домінуючого становища західного центру економічної сили. ВВП і ВВП характеризують лише річний приріст економічного потенціалу, тоді як національне багатство формується впродовж тривалого періоду, зокрема й у часи, коли розвинені країни абсолютно домінували в розподілі світового валового продукту. Відповідно, наприклад, у 2008 р. на країни з високим доходом на душу населення припадало в шість разів більше національного багатства ніж у середньодохідних країнах із доходами вище середнього, у 18,6 разів ніж у середньодохідних країнах з доходами нижче середнього і в 61 раз ніж у країнах з низьким доходом (розраховано за даними: [200]).

Я. Столярчук стверджує, що США, ЄС та Японія традиційно визначають тенденції розвитку економіки світу, а решта країн радше підлаштовуються під стратегії їх ТНК, що контролюють найприбутковіші сфери бізнесу [197].

Щодо інших країн сила США багатомірна, тоді як сила інших потужних країн зазвичай викликана малою кількістю факторів (наприклад, Саудівська Аравія – нафтові резерви, Японія – обробна промисловість і фінансові ресурси). Останні вразливі у випадку деградації їх основного джерела сили (падіння цін на нафту, піднесення нових індустріальних країн), а різні типи сили лише частково можуть бути конвертовані одна в одну. Втрати ж позицій США в одній сфері не такі критичні [429]. З огляду на це економіка США залишається високопродуктивною, посідає перші місця за витратами на дослідження і розро-

бки, рейтингами університетів, нобелівськими лауреатами, індексом підприємництва, одне з перших місць у рейтингу конкурентоспроможності [474].

Західні країни залишаються найбільш фінансово потужними. Так, розвинений ринок цінних паперів і традиційний статус провайдера стабільності допомагає долару зберігати статус головної резервної валюти [397, с. 13]. Також США, Японія, Німеччина, Франція та Англія контролюють практично 80 % ринку світових технологій у світі [115].

США зберігають за собою санкційний потенціал як за рахунок ваги власної економіки, так і за рахунок коаліції. На Сполучені Штати одноосібно або разом з іншими країнами припадало 70 % економічних санкцій після Другої світової війни з метою досягнення політичних цілей [537]. У 1998 р. США застосовували санкції проти 75 країн з населенням 52 % від світового [183, с. 35]. Хоча з 1990-х рр. США залишаються основним ініціатором санкцій, але вже більшою мірою надають перевагу колективним санкціям, а не одностороннім [425, с. 125].

Якщо США для збереження позицій у сфері трудових ресурсів активно залучають мігрантів, то ЄС ще й може продовжити своє розширення. Є потенційні можливості для інтеграції його з економіками пострадянського простору та Туреччиною [53]. На нашу думку, розширення ЄС є об'єктивно необхідним засобом збереження його відносної ваги у світовій економіці й економічній сили. Проте залишається питанням, з якою швидкістю це відбуватиметься. В умовах фінансово-економічних потрясінь потреби в розширенні зросли (для збереження економічної ваги у світі), проте можливості економічно підтримувати процеси розширення різко зменшилися і навіть створили ризик дезінтеграції. Однак, ураховуючи циклічний характер розвитку економіки, можна очікувати, що ЄС далі розширюватиметься, хоча і не так швидко, як раніше.

Дж. Голдстоун ще у 2011 р. припускав: якщо темпи економічного зростання в Китаї у 2010–2030 рр. знизяться до 5 % на рік внаслідок демографічних та інших факторів, а в США вони становитимуть 2,5 % на рік, то економіка Китаю у 2030 рр. все ще буде становити 2/3 економіки США [401]. На думку Дж. Ная, навіть якщо Китай перевищить за ВВП США у 2030 р. їх економіки не будуть зіставними за структурою. Зважаючи на це дореч-

но припустити, що при визначенні економічної сили Китаю можна буде використати понижувальний модифікуючий коефіцієнт, ураховуючи поширеність недостатньо розвинених сільських районів, менший дохід на душу населення, старіння населення [141]. Також, якщо Китай випередить США за величиною економіки, то він буде незвичним економічним лідером – країною із середнім рівнем розвитку: США та Велика Британія в період їх домінування були одними з найбагатших країн [537, с. 9].

Д. Шамбо звертає увагу, що Китай реалізує свій глобальний вплив лише в кількох сферах: глобальна торговельна структура, глобальні енергетичні та сировинні ринки, глобальний туризм, глобальні продажі товарів розкоші, глобальна купівля нерухомості та кібер-хакерство. За межами цих сфер Китай мало впливає на глобальні події. Товари Китаю мають низьке міжнародне визнання брендів, лише частина компаній успішно функціонує за кордоном, ПП були лише п'ятими за розміром у 2010 р., Китай суттєво поступається іншим світовим центрам за обсягами закордонної допомоги (не входив у першу десятку донорів), посідав лише 28-ме місце за глобальним індексом конкурентоспроможності у 2011 р., 48-ме за корупцією, 57-ме за діловою етикою, 66-те за корпоративною звітністю. Сектор фінансових послуг та інноваційні галузі відстають від Заходу й інших передових країн Східної Азії [516, с. 8, 10, 157].

У підсумку, у недалекому майбутньому ніхто не зможе посісти місце США, оскільки не зможуть поєднати стільки аспектів лідерства як у США. Економіка Китаю не настільки інноваційна, занадто орієнтована на експорт, залежить від коливань попиту в багатих економіках. Виправлення цієї ситуації за рахунок внутрішнього попиту ускладнене тим, що зростання продуктивності праці буде відставати від збільшення зарплат і конкурентоспроможність експорту знизиться, а темпи економічного зростання уповільняться [53].

"Доларова зброя" у вигляді найбільших обсягів золотовалютних резервів у руках Китаю не є настільки вагомою зброєю, ураховуючи залежність Китаю від попиту на ринках США та інших розвинених країн [397, с. 9]. Її можливе застосування призведе до значних втрат капіталу та подорожчання юаню, що знівелює торговельний профіцит Китаю, а ФРС може бути на-

віль у виграші, викуповуючи зобов'язання уряду США за зниженою вартістю [537]. Дж. Най говорить у такому випадку про ознаки "балансу фінансового терору" між основними економічними центрами внаслідок економічної взаємозалежності країн (аналог ядерної взаємозалежності від можливого знищення в умовах холодної війни) [475].

А. Агеев та Б. Куроедов допускали п'ять варіантів економічного розвитку Китаю:

- різке піднесення – тоді за рахунок індустріалізації, інформатизації та науково-технічних проривів Китай наздожене за ВВП США у 2025–2030 рр.;
- стійке поступальне зростання – довготермінове поступове уповільнення темпів економічного зростання, але він також буде наддержавою;
- уповільнення темпів зростання (після 2020 нижче 5 %) – є найімовірнішим і базується на існуючих диспропорціях в економіці та демографічних процесах;
- застій – економіка забезпечить лише задоволення потреб зростаючого населення, це можливо за погіршення ситуації у світовій економіці або свідомої політики стримування Китаю з боку Заходу;
- зрив економічного зростання – за умов силових авантюр й означає для Китаю статус лише великої держави [3].

Зважаючи на це різні аспекти економічної сили в майбутньому, імовірно, будуть розподілені по-різному. Дж. Бойллот прогнозує таких економічних лідерів за різними критеріями у 2030 р.: величина економіки (перше місце – Китай, друге місце – Європа/США), ключова міжнародна валюта (США, Європа), фінансова сила (США, Європа), наука і технології (США, Китай), здатність забезпечити себе ресурсами / ресурсна сила (США, Європа/Китай), здатність задавати норми / глобальне управління (США/Європа, Китай), регіоналізм (Європа, США, Китай), а за усіма критеріями (США, Європа/Китай) [324].

Аргументи на користь обох поглядів систематизовані нами у табл. 2.3.

Таблиця 2.3. Ознаки послаблення та збереження економічної впливовості розвинених країн і країн Заходу

Критерій	Послаблення	Збереження сили
Купівельна спроможність	+	
Регуляторна сила	+	+
М'яка сила	+	
Здатність до стимулювання та покарання: міжнародна допомога і санкційна активність		+
Конкурентоспроможність		+
Багатомірність сили		+
Темпи економічного розвитку	+	
Відмінності у стартових позиціях		+
Циклічність		+
Національне багатство		+
Заощадження	+	
Структура економіки		+
Залежність від зовнішньоекономічної кон'юнктури		+
Зміни у складі економік-гігантів	+	
Рівень розвитку економік-гігантів		+
Незацікавленість у кризових процесах в економіках-гігантах	+	
Позиції ТНК	+	
Експорт	+	
Енергетичний і сировинний сектор	+	
Якість виробництва й інституцій		+
Темпи глобальної торговельної лібералізації	+	
Фінансовий ринок		+
Зовнішня заборгованість	+	
Валютні резерви та фонди суверенного багатства	+	
Провідні валюти		+
Структура витрат державного бюджету	+	
Науково-технічна сфера		+
Міграційна привабливість		+
Демографічний потенціал	+	
Інтеграційний потенціал		+

Джерело: складено автором за результатами метадослідження.

Висновки

В основі індексів національної сили покладені переважно економічні та квазіекономічні показники, що розмиває межі між методами оцінки сукупної національної та економічної сили. Найпопулярнішими економічними складовими індексів національної сили є населення, природні ресурси, ВВП. Серед методів оцінки твердої економічної сили можна виокремити критерії на основі ВВП, національного багатства, зовнішньоекономічних показників, багатокомпонентних індексів, опитувань.

Окремі дослідники використовують поправки до ВВП: логарифмування (але це створює проблему неаддитивності), урахування ВВП на душу населення (проте це не завжди адекватно відповідає цілям поправки на рівень розвитку технологій і дублює інформацію, яку дає ВВП за валютним курсом), нормування щодо найсильнішої чи найрозвиненішої країни (тоді індикатор не відображає частку від цілого – сукупності економічної сили всіх країн світу).

Недоліками критеріїв на основі національного багатства є неперіодичність публікації даних, неврахування економічної динаміки та неформальної економіки, нетотожність понять власності та контролю, складності оцінки невідчутного капіталу (людський, інформаційний, соціальний, інституціональний та організаційний капітал), охоплення частини економічних суб'єктів або інші методологічні проблеми, що призводять до завищення оцінки національного багатства у розвинених країн.

Цікавим є підхід на основі громадської думки, але на практиці його використовували щодо визначення країни – економічного лідера світу. Щодо менш відомих країн результати можуть бути неточними і значно залежати від громадянства опитаних.

Багатокомпонентні індекси економічної сили враховують кілька факторів сили. Основною проблемою їх залишаються неповний перелік факторів, довільні вагові коефіцієнти при факторах, часто витратний характер показників, дублювання інформації, яку надають різні показники.

Окремі критерії фактично характеризують економічну силу уряду, що завищує економічну силу соціально-орієнтованих або мілітаризованих країн. При урахуванні валютних резервів пози-

тивним чином можна оцінити поправку на статус національної валюти як резервної. Також заслуговує на увагу поєднання статичної та динамічної складових.

Торговельну складову економічної сили можна розраховувати за величиною торговельної сфери впливу країни завдяки її двостороннім експортним й імпортним зв'язкам. Про це свідчить кількість країн у сфері впливу, але кращий результат може дати сумарний зовнішньоторговельний оборот країни у своїй сфері впливу.

Більшість оцінок доволі схожим чином показують розподіл економічної сили між країнами. Принаймні, перші місця посідають США, ЄС, Китай, Японія, Німеччина. На рівні регіонів близькі показники в Північній Америці, Європі й АТР. На Україну припадає 0,0–0,42 % економічної сили країн світу. Тому, незважаючи на кількість населення і територію, Україну не розглядають як регіональну економічну силу.

Однак відмінності все ж є. Методи на основі національного багатства та його складових надають явну перевагу розвиненим країнам. За методом розміру торговельної сфери після США йде Німеччина (з невеликим відривом), Франція (з великим відривом), Китай, Японія, Велика Британія, Росія, Італія.

Методи на основі суб'єктивних оцінок щодо окремих країн подають неочікувані результати (завищена оцінка щодо Японії, занижена оцінка щодо ЄС). У більшості країн (серед яких й Україна) світовим економічним лідером вважають переважно США, меншою мірою Китай, і набагато менше ЄС та Японію. США найбільшою мірою вважають економічним лідером переважно у традиційних стратегічних партнерах США і значно менше в Європі. Навіть традиційно, до кризи 2008 р., ЄС вважався економічним лідером меншою кількістю людей ніж США, а криза ще більше зменшила шанси ЄС сприйматися як економічний лідер світу. Бачення Китаю як світового економічного лідера особливо посилилося в Європі. Частина громадськості вважають лідером Японію переважно за рахунок пострадянських країн і найменше за рахунок Азії.

Розглядаючи динаміку, ми можемо сказати, що у ХХІ ст. відбувся явний перерозподіл економічної сили від розвинених країн,

до вагомої частини країн, що розвиваються, особливо внаслідок економічної кризи, яка розпочалася в західних країнах у 2007–2008 рр. Відбувається послаблення західних країн у сфері купівельної спроможності, економічної динаміки, заощаджень, зовнішніх активів і заборгованості, ТНК, експорту, сировини й енергетики, бюджетній сфері, демографічному потенціалі, регуляторній сфері, стимулів до торговельної лібералізації. Однак більше ніж західні країни втрачає економічну силу Японія. До кола економік-гігантів увійшли і представники країн, що розвиваються. І тепер вони також можуть користуватися перевагами статусу "занадто великі, щоб зазнати краху" (too big to fail). Зважаючи на це інші країни не зацікавлені у кризі в цих економіках.

Існуюча тенденція ймовірно продовжиться, ураховуючи, що в умовах інвестиційної та технологічної мобільності економіка слідуватиме демографічним тенденціям. Проте ця тенденція, ймовірно, буде не такою явною, ураховуючи низку факторів: основна корекція темпів економічного зростання під час кризових процесів у західних країнах уже відбулася; припускаємо, що ЄС усе ж продовжить повільне, але розширення; західний центр економічної сили залишається відносно консолідованим; Китай та деякі інші країни, що розвиваються, вступають у період демографічного старіння, Китай відчуває суттєву корекцію на фінансових ринках; політична нестабільність стримує розвиток країн Близького Сходу, економічні санкції та посилення закритості позначається на економіці Росії, експортери енергоносіїв уже відчувають втрати від падіння цін на нафту. Країни Заходу залишаються лідерами у сфері накопиченого багатства, конкурентоспроможності, рівня розвитку, якості виробництва й інституцій, фінансового ринку, світових валют, науки та інновацій, міжнародної допомоги, економічних санкцій, мають кращу структуру економіки, меншу залежність від зовнішньоекономічної кон'юнктури. Сила США є найбільш багатомірною.

Події останніх років надають можливість говорити про суттєву невизначеність у подальшому перерозподілі економічної сили між основними групами країн. Навіть фактичні об'єктивні кількісні критерії економічної сили залежно від обраного методу та періоду часу не дають зробити однозначні висновки.

2.2. Розподіл м'якої економічної сили

У сучасній науковій літературі часто розглядають поняття загальної сили іміджу країни і рідше вимірюють окремо її економічну складову. Так само мало розповсюджений підхід, коли в економічній силі виокремлюють іміджеву складову, що базується на впливі на свідомість людей. Існує кілька методів оцінки м'якої сили, іміджу та бренда країни. Хоча іноді ці близькі поняття розглядають як синоніми, ми маємо їх розрізняти. Навіть мала країна може мати гарний імідж, але якщо про неї мало відомо, то її м'яка сила є малою. Залежно від способу виміру національний бренд відображає як економічний імідж, так і м'яку силу країни. Множинність методів оцінки породжена невідчутністю та розмитістю зазначених понять. Оцінку бренду країни ускладнює те, що його не можна продати як корпоративний [432]. Відповідно, за різними методами не обов'язково ті самі країни можуть опинитися в лідерах за привабливістю їх економіки, наприклад, для споживачів, інвесторів, туристів або державних службовців, відповідальних за економічну політику.

Серед розробників таких методів необхідно згадати таких дослідників: С. Джонс, Т. Завгородня, Я. Лексютина, І. Радіков, Т. Чекарєв, Г. Тревертон, К. Хьон (огляди методів), С. Анхольт, Б. Йенеш, Й. Содекава, К. Уїтні, Д. Шамбо (методи на основі опитувань), С. Анхольт, Дж. Най, А. Нау, Й. Содекава, К. Суїні (методи на основі об'єктивних статистичних даних), Ю. Бочаров, Х. Гарсія де ла Крус, П. Гіммарес, К. Зіммерманн, А. Кардозо, О. Михайловська, Н. Піпченко (інфометричні методи). Публікують індекси м'якої сили країн також компанії та установи: Європейська комісія, Bloom Consulting, FutureBrand, Growth from Knowledge, Institute for Government, International Perspective Institute, Pew Research Center, Reputation Institute, TNS Political & Social Network. Розглянемо зазначені методи детальніше.

У цій главі ми маємо на меті охарактеризувати підходи до вимірювання м'якої загальної та економічної сили й іміджу країни, визначити їх переваги та недоліки і запропонувати власну методику оцінки м'якої економічної сили країн на основі інфометричного (вебометричного) підходу. Ми також маємо на меті охарактеризувати стан розподілу м'якої економічної сили між

країнами за допомогою існуючих методів, визначити сфери м'якого впливу світових центрів економічної сили, провести класифікацію країн за рівнем внутрішнього економічного іміджу, протестувати розроблений нами вебметричний індекс м'якої економічної сили. Також ми припускаємо, що великі економіки, зазвичай, є цікавішими для розгляду з боку людей та мають більше ресурсів для розповсюдження інформації про себе. Цю гіпотезу ми перевірятимемо на основі зіставлення наших даних про силу економічного іміджу і величину економіки країн.

Методи на основі опитувань. Оскільки м'яку силу складно об'єктивно вимірювати, то основним способом оцінки є опитування думки людей щодо тих чи інших країн [165]. Інакше кажучи, оцінюють м'яку силу або імідж безпосередньо через його дію на свідомість людей.

Індекс національного бренда Anholt-GfK Roper базується на опитуванні щодо іміджу 50 країн на основі 23 індикаторів, об'єднаних у шість категорій:

- експорт – наскільки люди сприймають товари та послуги, що походять із країни;
- урядування;
- культура і спадщина – зокрема сприйняття сучасної індустрії культури (фільми, музика, мистецтво, спорт, література);
- люди – зокрема репутацію за їх уміння;
- туризм – бажання відвідати, наявність природних і штучних об'єктів для туристів;
- імміграція/інвестиції – привабливість для життя, роботи та навчання, сприйняття якості життя та бізнес-клімату [496].

Індекс бренду країни компанії FutureBrand базується на опитуваннях експертів і людей, що часто подорожують із діловою метою чи для відпочинку. При опитуванні враховують такі аспекти: наскільки відома країна (відомість не гарантує сильного бренду), з якими якостями пов'язана, наскільки її поважають, бажання відвідати/інвестувати/купувати її товари, реалізація цих бажань, рекомендація країни членам сім'ї/друзям/колегам. Асоціації із країною поділяють на такі складові:

- статус: система цінностей (політичні свободи, екологічні стандарти, толерантність), якість життя (здоров'я й освіта, стандарти життя, безпека, привабливість для проживання

чи навчання, а в попередніх версіях і можливості для роботи), бізнес-потенціал (привабливість для бізнесу, передові технології, інфраструктура, а раніше інвестиційний клімат, регуляторне середовище, кваліфікована робоча сила);

- досвід: спадщина і культура (історичні об'єкти, спадщина і культура, краса природи), туризм (окупність, діапазон цікавих об'єктів, відпочинок і розміщення, бажання відвідати під час відпустки, їжа), країна походження товарів (автентичність товарів, якість товарів, унікальність товарів, бажання купити товари країни) [348, с. 7, 9, 28, 54].

Т. Циганкова і Т. Завгородня зауважують, що рейтинги С. Анхольта консервативніші, а оцінки Future Brand мінливіші [230]. FutureBrand також публікує звіт "Зроблено в", що показує вартість бренду країни походження товару, наскільки він впливає на вартість товарів, якщо зазначено, що він вироблений у відповідній країні. Для цього проводять опитування споживачів та експертів. Результати відрізняються від індексу бренду країни [453].

Із 2002 р. проект глобального ставлення Pew Global Attitudes Project здійснює опитування громадськості в десятках країн світу. Недоліком їх методики є неповне і непостійне охоплення країн-респондентів у різні роки. Зокрема, вони використовують такі питання як:

- якою є економічна ситуація у країні респондента, чи поліпшиться економічна ситуація у країні, чи будуть фінансово краще жити діти ніж батьки;
- ставлення до одного із провідних економічних чи політичних центрів світу (США, ЄС, Китай, Росія);
- ставлення до американського способу ведення бізнесу, американських науково-технічних досягнень, американської музики / кіно / телебачення;
- вплив на країну респондента або урахування інтересів країни респондента з боку США чи Китаю [546].

Рейтинг Reputation Institute базується на онлайн-опитуванні споживачів серед громадськості країн G8 та містить такі складові:

- ефективний уряд (вага 37,1 %), зокрема прогресивна соціально-економічна політика (6,1), сприятливе середовище для бізнесу (5,2 %);

- привабливе середовище (36 %);
- розвинена економіка (26,9 %), зокрема якість товарів і послуг (5,4), освічена і надійна робоча сила (5,3), відомі бренди (4,7), технологічні досягнення (4,2 %) [292].

Метод опитувань країн громадян ЄС і країн – кандидатів на вступ використовує Євробарометр, частина його досліджень має стосунок до вимірювання іміджу (ставлення до ЄС, економічного і монетарного союзу, економічних проблем у ЄС, інтеграції з іншими країнами, основні досягнення ЄС, чи будуть діти жити краще, де будуть відпочивати) [375]. Наприклад, Європейська комісія разом з TNS Political & Social Network здійснювали опитування респондентів із запитаннями, чи будуть вони відпочивати у своїй країні та в які країни поїдуть для відпочинку за кордоном. Їх звіт характеризує туристичний імідж країн: у першому випадку з поправкою на дохід туристів, у другому – на відстань [497].

К. Уїтні та Д. Шамбо на основі опитувань дослідили п'ять аспектів м'якої сили у Східній Азії та США:

- безпосередньо економічну (важливість економічних відносин із досліджуваною країною, імовірність купівлі її товарів, доцільність укладання ЗВТ, економічний вплив в Азії, допомога країнам у розвитку, гуманітарна допомога, внесок компаній, конкурентна економіка, економічні можливості для робочої сили, підприємницький дух, ТНК-лідери, якість товарів);
- пов'язані з економікою: людський капітал (бажання вивчати мову країни, освіченість населення, досягнення науки та техніки, якісні університети), культура (вплив популярної культури: кіно, телебачення, музика; культурна спадщина; туристична привабливість);
- неекономічні: дипломатична репутація (у т. ч. гуманітарну допомогу, лідерство в міжнародних організаціях тощо) та політична система.

Щодо кожного аспекту будують свій індекс. Потім їх об'єднують у загальний індекс м'якої сили з однаковою вагою [571].

"Центр економічних досліджень" при Київському національному університеті імені Тараса Шевченка за сприяння Міністерства економіки України та Міністерства закордонних справ

України проводив анкетування посольств і торговельно-економічних місій України за кордоном [193].

Б. Йенеш з огляду на опитування студентів виокремлює чотири виміри іміджу країни: туризм (природа, атмосфера, пам'ятки, послуги), економіко-політична ситуація та громадська безпека (економіка, політика, корупція і злочинність), культура (спорт, освіта, наука, культура, традиції, історія), люди (люди, відомі особи, гостинність) [432].

Вимірювання м'якої сили можливе також за допомогою опитування респондентів, ставлячи питання типу: "Де б ви хотіли жити окрім вашої країни?", "Товари з якої країни ви б купували найбільше?", "Новинам та інформації з якої країни ви найбільше довіряєте?" [558, с. xi, 14].

Методи на основі об'єктивних статистичних даних. Іншим способом є використання й об'єктивних показників (оцінка за факторами або ефектами м'якої сили, іміджу, престижу країни), наприклад, це можуть бути кількість нобелівських лауреатів, частка іноземної допомоги в розвитку до ВВП, фінансові засоби на публічну дипломатію [473].

Дж. Най використовує близько 20 змінних для вимірювання м'якої сили в таких сферах: культура (опубліковані книги, експорт фільмів і телепрограм, продажі музики, популярні види спорту), освіта (іноземні студенти й учені, нобелівські лауреати, науково-технічні статті в журналах), глобальне охоплення (інтернет-сайти, інтернет-продажі, ТНК із глобально відомими брендами), здоров'я (тривалість життя), міжнародні відносини (надання допомоги в розвитку, публічна дипломатія), технологія (високотехнологічний експорт, патенти, витрати на дослідження і розробки), подорожі й міграція (авіаподорожі, іноземна міграція, туризм) [472]. К. Хьон зауважує, що за таким методом багаті та більші країни будуть виглядати як ті, що мають більшу м'яку силу [422, с. 51].

Інший проект С. Анхольта, індекс доброї країни, показує, які країни найбільше роблять позитивний або негативний внесок у загальне благо для людства. Ураховують такі аспекти:

- наука і технології: іноземні студенти, експорт журналів, міжнародні публікації, нобелівські лауреати, патенти;

- культура: експорт креативних товарів, експорт креативних послуг, заборгованість по внесках до ЮНЕСКО (-), свобода пересування / візові обмеження, свобода преси;
- міжнародний мир і безпека: експорт зброї (-), заборгованість за внесками в бюджет миротворчих місій (-) та неекономічні показники;
- світовий порядок: витрати на благодійність, зростання населення (-) та неекономічні показники;
- планета та клімат: експорт небезпечних відходів, різні види забруднення, біоресурси;
- процвітання і рівність: відкритість торгівлі, волонтери ООН, ринкова частка справедливої торгівлі, експорт ПП, допомога у розвитку;
- здоров'я і добробут: харчова допомога, фармацевтичний експорт, добровільні внески до Всесвітньої організації здоров'я, гуманітарна допомога, боротьба з наркотрафіком.

Багато індикаторів узяті щодо розміру економіки, тому в лідерах часто опиняються малі країни [542]. А отже цей індекс вимірює імідж, а не м'яку силу країн.

Компанія Brand Finance оцінює вартість національних брендів країн на основі ВВП та якісних показників, тому за різними шкалами лідерами можуть стати як найбільші, так і менші економіки. Крім грошового виміру, використовують бальну шкалу (до 100 балів) та шкалу від AAA+ до D за аналогією із кредитними рейтингами. Якісні показники охоплюють:

- товари та послуги: туризм (відкритість, інфраструктура, дохідність, привабливість), ринок (розвиток, конкуренція, розмір), регулювання (правила торгівлі, політика уряду);
- суспільство: якість життя, корупція, корпоративна етика тощо;
- інвестиції: люди і навички (освіта і підготовка, утримання талантів, використання талантів), ринок (розвиток ринку, ведення бізнесу, наука і розробки, використання технологій), урядування (захист інвесторів, інфраструктура, оподаткування регулювання) [468, 551].

До індексу британського Інституту уряду (Institute for Government) входять п'ять субіндексів і суб'єктивні оцінки. Суб-

індекс культура серед інших показників охоплює кількість туристів. Субіндекс дипломатія охоплює розмір програм допомоги у розвитку; кількість країн, громадяни яких мають право на безвізовий в'їзд; силу національного бренда тощо. Субіндекс уряд – індекс людського розвитку, індекс якості управління Світового Банку, індекс суб'єктивної оцінки добробуту тощо. Субіндекс освіта – кількість мозкових центрів, кількість університетів із 200 найбільш провідних, кількість іноземних студентів. Субіндекс бізнес/інновації – кількість міжнародних патентів, індекс конкурентоспроможності, рівень корупції, індекс інновацій, ПП. Суб'єктивні компоненти містять такі компоненти, як якість національних авіаліній тощо [165].

Г. Тревертон і С. Джонс, узагальнюючи результати семінару, організованого корпорацією RAND разом з іншими установами, стверджують, що м'яка сила може також поділятися на економічну, ідеалістичну та культурну. Індикаторами першої можуть бути іноземна допомога, торговельні партнери, обсяг торгівлі тощо. Другої – відвідування університетів іноземцями, кількість прибічників, одержані внески, відвідування веб-сайтів тощо. Третьої – вибір місця проживання та роботи іноземцями, контент аналіз ЗМІ тощо [558, с. 17]. Вимірювання м'якої сили можливе також за вибором вивчення іноземної мови, туристичними потоками, мережами альянсів, телефонними й інтернет-комунікаціями [558, с. хі, 14].

К. Суїні додає змінні м'якої сили до Композитного індексу національних можливостей: кількість прийнятих іноземних студентів за обміном, туристичних візитів (культурна привабливість), кількість патентних заявок, радіо, телевізорів, телефонів (вклад технологій) [422, с. 106]. Схожу модифікацію запропонував А. Нау, використавши експорт носіїв інформації із записом, експорт газет і журналів, кількість міжнародних відправлень листів, кількість іноземних студентів у країні [470].

Й. Содекава поділяє м'яку силу на: вільну (суб'єктивну) і тісну (базується на об'єктивних даних). Він також виокремлює:

- Обрану силу: відображає ринки й інституції й обрану країною роль у світовій економіці:
 - "глобальна писемність" (приватні інвестиції / валові внутрішні інвестиції в основний капітал, ВВП на душу населен-

ня, середні тарифи, надходження від міжнародного туризму, міжнародні перельоти, кількість міжнародних конференцій, кількість олімпійських ігор, ринкова капіталізація, кредитні рейтинги інституційних інвесторів – вага 23,7 %);

– зовнішня залежність (ПП/валові внутрішні інвестиції, зовнішньоторговельний оборот/ВВП, середні тарифи, заявки на патенти (резиденти/нерезиденти) – 7,3 %).

- Лідерство: відображає інформацію, освіту, інтелектуальну силу:

– медіа та передові технології (частки в населенні інженерів, інтернет-користувачів, власників комп'ютерів, мобільних телефонів – 4 %);

– інтелект (глобальні компанії, співробітники у сфері досліджень і розробок, кількість незалежних дослідницьких центрів, венчурний капітал, країни з тісними зв'язками, математичні олімпіади – 22,6 %).

- Якість життя та культура: відображає привабливість культури та способу життя в країні:

– природа (якість води в озерах, кількість видів вищих рослин, викиди оксиду сірки й оксиду вуглецю – 16,4 %);

– культура (зайнятість у сфері послуг, надходження від експорту книг, державні витрати на освіту, кількість об'єктів світової культурної спадщини, кількість переглядів фільмів на рік на особу, продажі компакт-дисків тощо – 23,1 %);

– комфорт (кількість самогубств, смертність від ДТП на один автомобіль, тривалість життя, населення старше 65 років, безробіття, державні витрати на медицину, захворюваність ВІЧ – 2,9 %) [422, с. 221–223].

I. Содекава переважно використовує об'єктивні показники, але для оцінки якості життя та культури – опитування (тобто фактично об'єднані два класи методів) [422, с. 221–223].

У широкому розумінні імідж держави в економічній площині також вимірюють різними індексами її економічної ефективності, наприклад, індексами глобалізації [225], якості життя [505]), глобальної конкурентоспроможності, економічної свободи [39]. На нашу думку, там, де ці індекси визначають на

основі опитувань експертів, ці суб'єктивні оцінки експертів уже також відображають вплив брэнда країни на їх свідомість. Ці індекси також можуть охоплювати об'єктивні показники результативності впливу економічної інформації про країни (міграція, іноземні інвестиції тощо).

На нашу думку, частковими індикаторами м'якої сили можна також вважати кількість стандартів, що походять із певної країни та приймаються іншими країнами. Щодо міграції можна розглядати кількість мігрантів до країни щодо решти світу. Проте, значимо, що це не є ідеальним методом, оскільки найпривабливіші для життя країни часто мають суттєві бар'єри для імміграції.

Проте суб'єктивні й об'єктивні показники необхідно зважувати при побудові комплексного індексу. Суб'єктивне надання тієї чи іншої ваги різним компонентам є іноді основою звинувачень у маніпуляції рейтингами. Наприклад, І. Радіков і Я. Лексютина стверджують, що в індексі британського Інституту уряду (Institute for Government) перші місця одержали Франція і Велика Британія, далі США, Німеччина, Швейцарія, Швеція, Данія, Австралія, Фінляндія [165]. Однак Й. Содекава для більшої об'єктивності використовує аналіз основних компонент для зважування складових індикаторів свого індексу [422, с. 221–223].

Т. Циганкова і Т. Завгородня зауважують, що можливо удосконалити методику оцінки брэнда країни за рахунок комбінування методів опитування й об'єктивних статистичних показників, розширення кола охоплених країн, створення міжнародної недержавної організації для більшої об'єктивності оцінок [230]. К. Хьон зазначає, що не вся тверда сила обов'язково матеріальна, а м'яка – нематеріальна [422, с. 51]. З огляду на це ускладнює ситуацію і те, що в комплексних індексах твердої та м'якої сили іноді використовують ті самі фактори, тому індикатори твердої та м'якої сили не завжди легко відрізнити.

Інфометричний підхід. Підвидами його є контент-аналіз публікацій у відомих засобах масової інформації, наукометричний та вебметричний підходи. Порівняно з опитуванням цей підхід потенційно може бути менш витратним за рахунок автоматизації обробки інформації.

Індекс сприйняття національного бренда East West базується на кількості згадування країни у передових засобах масової інформації. Ураховується позитивний чи негативний характер повідомлень [362].

У межах наукометричного підходу А. Кардозо, П. Гіммарес та К. Зіммерманн аналізували тенденції щодо регіонів і країн, звідки походять наукові статті з економічної тематики в базах даних Econlit та Social Science Citation Index (SSCI) за 1991–2006 рр. Це фактично відображає м'яку економічну силу з погляду формування економічної ідеології та наукових принципів у світі. Проте, на нашу думку, потрібно робити поправку на те, що в кожній країні орієнтуються не тільки на статті в міжнародних базах, а й локальні статті, тому оцінка інтелектуальної впливовості лідерів у рейтингу Econlit та SSCI є завищеною [335].

О. Михайловська пропонує використовувати інформаційно-інвестиційну функцію IIF (відношення інвестиційно-позитивної інформації до інвестиційно-негативної), але також звертає увагу на важливість обсягу масиву інформації про країну Q [125]. У сукупності ці два параметри характеризують інформаційний потенціал країни. Для пошуку інформації використовують інформаційні ресурси Reuters, Bloomberg, Yahoo Finance. Ускладнює ситуацію те, що однакова інформація може оцінюватися різними інвесторами по-різному. Ця методика також потребує значних трудових витрат для проведення контент-аналізу кожного повідомлення, але для спрощення можна здійснювати контент-аналіз обмеженої вибірки повідомлень [127].

Н. Піпченко аналізує на прикладі України динаміку згадувань про країну у блогосфері, використовуючи платформу "Socialmention", з урахуванням позитивного, нейтрального чи негативного характеру інформації. Домінуючою тематикою повідомлень були політичні й економічні події в країні [156].

Ю. Бочаров використовує вебметричний підхід, підраховуючи показник згадування в Інтернеті або пошукові запити по країні або пов'язаним з нею словам (столиця, голова держави). Він зробив це на прикладі пострадянських країн за допомогою пошукових сервісів Google та Yandex англійською та російськими мовами [28]. Ураховувалася переважно неекономічна інформація.

Х. Гарсія де ла Крус та International Perspective Institute аналізують пошукові запити громадян у Google різними мовами щодо інших країн на прикладі Латинської Америки та ЄС. Проте це характеризує більше ступінь зацікавленості, ніж позитивне ставлення. Економіка та фінанси були предметом 13–29 % запитів у їх виборці, торгівля 7–11 % [392].

Bloom Consulting публікує цифровий індекс країни на основі частоти згадування 245 країн у пошукових запитах громадян світу дев'ятьма мовами за допомогою програмного забезпечення Digital Demand – D2©. Виокремлюють п'ять вимірів пошуку:

- туризм (відвідування, природа, дозволя, нішеві ринки, культурні активи);
- таланти (робота, навчання, проживання);
- інвестиції (бізнес-середовище, інвестування, соціально-економічні фактори, секторальна компетентність);
- експорт (товари, зроблено в, експорт з, компанії-лідери);
- національні видатні досягнення (урядування, суспільство, культура, спорт) – але лише останній вимір розрізняє позитивну та негативну інформацію [541].

Bloom Consulting також публікує рейтинг бренду країни (торговельне видання) по 180 країнах, який урахує:

- економічні успіхи (чисті ПШ та їх зростання – тобто використовується не тільки інфометричний підхід, а й статистичні показники);
- інтернет-запити з тем, важливих для інвестування (бізнес-середовище, галузі, соціально-економічні фактори);
- точність стратегії національних агентств стимулювання інвестицій (наскільки їх робота відповідає попиту з боку інвесторів згідно із тематикою їх пошуку);
- онлайн-присутність інформації агентств стимулювання інвестицій (прямо або опосередковано, у тому числі і через соціальні мережі, вимірюється кількість відвідувань та часу) [323].

Інший рейтинг бренду країни (туристичне видання) Bloom Consulting щодо 180 країн урахує:

- економічні успіхи (чисті надходження від туризму та їх зростання);

- інтернет-запити з тем, важливих для туризму (культура, природа, дозвілля, заняття на відкритому повітрі, нішеві ринки, цільові групи туристів);
- точність стратегії національних туристичних організацій (наскільки їхня робота відповідає попиту з боку туристів згідно із тематикою їхнього пошуку);
- онлайн-присутність прямо або опосередковано інформації національних туристичних організацій [322].

Узагальнено переваги та недоліки різних підходів подані нами в табл. 2.4.

Таблиця 2.4. Особливості різних підходів вимірювання сили економічного іміджу країни

Особливості	Методи опитувань	Методи статистичних показників	Інфометричні методи
Безпосередність вимірювання	Безпосередне вимірювання відображення іміджу у свідомості	Вимірювання за факторами або наслідками	Опосередковане вимірювання іміджу в індивідуальній свідомості, безпосереднє вимірювання в публічному інформаційному просторі
Витратність	Значна	Зазвичай менш витратні	Малі витрати за умов автоматизації, великі – за умов детального контент-аналізу
Охоплення країн	Обмежене	Велике, крім випадку, коли використовують важкодоступні показники	Теоретично необмежене
Шкала	Метрична, порядкова	Порядкова внаслідок об'єднання різнорідних показників, серед яких якісні	Метрична, порядкова
Урахування ступеня популярності країни	Можливе	Опосередковане	Високе

Закінчення табл. 2.4

Особливості	Методи опитувань	Методи статистичних показників	Інфометричні методи
Можливості урахування найсвіжішої інформації	Високі	Низькі	Високі для більш відомих країн, середні для решти
Ризики помилок інтерпретації	Низькі	Низькі	Без детального контент-аналізу або при підрахунку пошукових запитів не завжди правильно розрізняються позитивна та негативна інформація
Ризики нерепрезентативних вхідних даних	Середні, за вузького кола респондентів – високі	Низькі	Середні: ураховується інформація не всіма мовами або в окремих базах даних наукових робіт, дублюючи повідомлення
Можливості маніпуляції	Формулювання запитань	Вибір ваги для окремих індикаторів	PR-кампанії

Джерело: складено автором.

Існуючі оцінки розподілу м'якої економічної сили між країнами. Згідно із рейтингом за індексом національного бренда Anholt-GfK Roper, у 2014 р. лідерами були такі країни: Німеччина, США, Велика Британія, Франція, Канада, Японія, Італія, Швейцарія, Австралія, Швеція [393].

Компанія Brand Finance серед 100 країн називає США найдорожчим брендом (19,7 трлн дол), далі йдуть Китай (6,3), Німеччина (4,1), Велика Британія (3), Японія (2,5 трлн дол). Іран є найбільш зростаючим брендом (+59 %), як і Камерун (+50 %). Україна – з найбільшим зменшенням вартості (–45 % до 44 млрд дол або до 68 місця), як і Перу (–33 %) та Росія (–31 % до 810 млрд дол і 18 місця). Найсильнішим за якісними характеристиками брендом є Сингапур, далі Швейцарія, Об'єднані

Арабські Емірати. Лідери за інвестиційним виміром бренда – Сингапур, Швейцарія, Гонконг.

У компанії FutureBrand країни поділяють за рівнем їх м'якої економічної сили на:

- звичайні країни, що мають імідж гірший середнього за критеріями статус і досвід: наприклад, Росія (31-е місце), Бразилія (43-є), Польща, Індонезія, Іран, Україна (74-е передостаннє місце), Нігерія;
- статусні країни, чий імідж пов'язаний із системою цінностей, якістю життя та потенціалом бізнесу (лише Бельгія, Катар і Бахрейн);
- досвідчені країни, чий імідж пов'язаний зі спадщиною і культурою, туризмом та походженням товарів (наприклад, Іспанія, Китай (28-е), Індія (50-е), Єгипет, Мексика);
- країни-бренди, що мають імідж краще середнього за критеріями статусу і досвіду, – із 75 охоплених країн лише 22 країни мають позитивний бренд, що надає їм конкурентні переваги при виборі, куди поїхати, з ким мати бізнес тощо [348, с. 5, 7, 42–46].

За індексом бренда країни компанії FutureBrand у 2014–2015 рр. рейтинг країн-брендів був таким: на першому місці Японія, далі Швейцарія, Німеччина, Швеція, Канада, Норвегія, США, Австралія, Данія, Австрія, Нова Зеландія, Велика Британія, Фінляндія, Сингапур, Ісландія, Нідерланди, Франція, Італія, ОАЕ, Республіка Корея [348, с. 11, 36]. За окремими економічними аспектами лідери відрізнялися (див. табл. 2.5).

**Таблиця 2.5. Країни – лідери
за компонентами національного бренда**

№	Якість життя	Привабливість для бізнесу	Туризм	Спадщина і культура	Країна походження товарів
1	Швейцарія	Японія	Італія	Італія	Японія
2	Швеція	США	Японія	Греція	Німеччина
3	Норвегія	Німеччина	США	Японія	Швейцарія
4	Данія	Сингапур	Канада	Франція	США
5	Німеччина	Швейцарія	Австралія	Перу	Швеція

Джерело: [348, с. 38].

В окремих регіонах лідерами були такі країни:

- Латинська Америка: Пуерто-Ріко (проте лише 33-є місце у світовому рейтингу), Коста-Ріка, Панама (як бачимо це невеликі країни), Аргентина, Бразилія;
- Близький Схід і Північна Африка: ОАЕ, Катар, Ізраїль, Бахрейн, Оман;
- Африка: Південна Африка (40-е), Кенія, Зімбабве [348, с. 42–46].

У рейтингу Reputation Institute репутації країн на перших місцях у 2016 р. перебувають Швеція, Канада, Швейцарія, Австралія, Норвегія, Фінляндія, Нова Зеландія, Данія, Ірландія. Україна розміщується на 50-му місці серед 70 країн. Однак за субіндексом розвинена економіка лідери такі: Японія, Швеція, Швейцарія, Німеччина, Франція, Канада, Норвегія, Велика Британія, Нідерланди, Фінляндія [292]. Лідери за цільовими складовими подані в табл. 2.6.

**Таблиця 2.6. Країни – лідери за репутацією
для різних економічних цілей у 2016 р.**

	1	2	3	4	5
Відвідати	Канада	Швеція	Швейцарія	Італія	Австралія
Інвестувати	Швейцарія	Швеція	Канада	Фінляндія	Японія
Мешкати	Швейцарія	Канада	Швеція	Австралія	Данія
Працювати	Швейцарія	Канада	Швеція	Австралія	Фінляндія
Купувати	Швейцарія	Швеція	Японія	Канада	Фінляндія
Навчатися	Канада	Велика Британія	Швейцарія	Швеція	Фінляндія
Організовувати заходи	Швейцарія	Канада	Швеція	Данія	Австралія

Джерело: [292].

У рейтингу за цифровим індексом країни, що враховує кількість запитів користувачів Інтернету, у категорії підприємництво у 2016 р. лідирують Китай, Велика Британія, США, Сингапур, Бразилія. За окремими вимірами рейтинг подано в табл. 2.7.

**Таблиця 2.7. Країни – лідери
за кількістю інтернет-запитів у 2016 р.**

№	Експорт	Інвестиції	Туризм	Таланти	Видатні досягнення
1	Китай	Китай	Іспанія	США	США
2	США	США	Італія	Канада	Австралія
3	Японія	Індія	Туреччина	Австралія	Японія
4	Німеччина	Бразилія	Франція	Німеччина	Німеччина
5	Індія	Велика Британія	Японія	Велика Британія	Канада
6	Велика Британія	Сингапур	Таїланд	Сингапур	Франція
7	Італія	Австралія	Греція	Франція	Велика Британія
8	Бразилія	Японія	Індія	Іспанія	Республіка Корея
9	Франція	Канада	Мексика	Японія	Іспанія
10	Канада	Росія	Португалія	Китай	Італія

Джерело: [292].

Україна займає 52-ге місце у світі та 21-ше в Європі, а за ви- мірами: експорт (54-те), інвестиції (22-ге), туризм (98-ме), тала- нти (57-ме), видатні досягнення (85-те) [541].

За рейтингом індексу доброї країни у лідерах були: Ірлан- дія, Фінляндія, Швейцарія, Нідерланди, Нова Зеландія, Швеція (як бачимо, відносно невеликі країни – це викликано тим, що багато складових індикаторів узяті щодо розміру економіки), Велика Британія, Норвегія, Данія, Бельгія, Франція, Канада, Німеччина, Австрія, Австралія. США перебувають лише на 21-му місці, Японія на 25-му, Бразилія на 49-му, Індія на 81-му, Росія на 95-му, Україна на 99-му, Китай на 107-му (усього рей- тинг охоплює 125 країн) [542].

За індексом сприйняття національного бренда East West у 2011 р. перші місця займали Сингапур, Малайзія, Кувейт, Рес- публіка Корея, Ірландія, Канада, Гонконг, Чеська Республіка, Об'єднані Арабські Емірати, Катар. Китай розміщувався на 17-му місці, Німеччина – на 30-му, США – на 52-му, Росія – на 140-му, Україна – на 191-му серед 200 країн. Ми бачимо, що тут також оцінка бренда мало пов'язана з розміром країни і є змі- щення на користь розвинених країн Східної Азії та Близького Сходу. Проте за кількістю всіх згадувань лідирували США

(3,7 млн), Велика Британія (1,25 млн), Австралія (760 тис.), Індія (640), Китай (470), Японія (390), Франція (340), Бразилія (330 тис.). Україні було присвячено 25 тис. повідомлень [362].

Популярність країн походження товарів згідно зі звітом "Зроблено в" (Made in) компанії FutureBrand у 2015 р. була такою: на першому місці США, далі Франція, Німеччина, Японія, Італія, Велика Британія, Швейцарія, Швеція, Китай, Південна Корея, Іспанія, Бельгія, Туреччина, Індія, Фінляндія, Австралія, Нова Зеландія, Бразилія, Данія, Мексика. Таким чином, окремі країни, що розвиваються, випереджають навіть деякі розвинені країни. За галузями лідери відрізняються:

- продукти харчування і напої: Франція, Італія, Іспанія, США, Японія;
- товари особистого догляду: США, Франція, Швейцарія, Велика Британія, Німеччина;
- автомобілі: Німеччина, Японія, США, Італія, Велика Британія;
- електроніка: Японія, США, Німеччина, Республіка Корея, Китай;
- модні вироби: США, Італія, Франція, Велика Британія, Японія;
- товари розкоші: Швейцарія, Франція, Італія, Велика Британія, США [453, с. 16–17].

Згідно з рейтингом бренда країни (торговельне видання) компанії Bloom Consulting, який відображає ситуацію впродовж кількох років до 2015 р., на першому місці перебувають США, далі йдуть Китай, Велика Британія, Гонконг, Сингапур, Франція, Бразилія, Австралія, Індія, Канада. Україна розміщується на 34-му місці (у Європі на 15-му). На макрорегіональному рівні інвестори більше цікавляться Європою за допомогою онлайн-пошуку. Інформаційна присутність інвестиційної інформації краща в Європі й Америці, а точність стратегії агентств стимулювання інвестицій краща в Європі та Азії [323].

О. Михайловська за допомогою інфометричного підходу розраховує інформаційно-інвестиційну функцію (*IIF*) й обсяг інвестиційної інформації (*Q*) про країни у 2008 р. Комплексно ці два індикатори враховують за допомогою карти інформаційного

потенціалу у формі діаграми розсіювання. Розміщення країни зверху праворуч (як у Китаю, Японії, Індії та США) на ній означає кращі шанси країни залучити більші обсяги інвестицій. Україна перебуває, навпаки, серед країн у протилежному куті карти [127]. Якщо ми перемножимо приблизно розраховану PIF та Q , ми можемо фактично одержати інвестиційний компонент м'якої економічної сили, який дорівнюватиме (в тисячах) 160 у Індії, 146 у Китаю, 123 у Японії, 115 у США, 79 у Бразилії, 55 у Мексики, 51 у Франції, 40 в Іспанії, 36 у Швеції, 35 у Малайзії, 31 у Німеччини, по 29 у Великій Британії та Аргентини, 28 у Росії, 26 в Індонезії, 9 в Україні. Як бачимо, інформаційно-інвестиційний потенціал найкращий у найбільших економік, що розвиваються (розраховано за: [127]). Також О. Михайловська зазначає питому вагу країн у повідомленнях Reuters, Bloomberg та Finance.Yahoo (як позитивних, так і негативних): переважає інформація про Китай, Японію та США, далі з відривом про Францію, Німеччину, Велику Британію [126].

У сфері туризму Bloom Consulting публікує рейтинг бренда країни (туристичне видання). На першому місці за цим рейтингом розміщувалися США, далі йдуть Іспанія, Німеччина, Гонконг, Франція, Таїланд, Австралія, Макао, Китай, Італія. Україна перебуває на 74-му місці (у Європі на 29-му). Туристи за допомогою онлайн-пошуку більше цікавляться Азією, а точність стратегії національних туристичних організацій краща в Європі [322].

Щодо туристичного іміджу країн ЄС, згідно з Євробарометром у 2015 р. громадяни таких країн-членів і кандидатів на вступ до ЄС найбільшою мірою планували відпочивати у своїй країні: Хорватія 77 %, Греція 76, Туреччина 76, Іспанія 69, Франція 68, Болгарія 66, Португалія 65, Польща 62, а найменшою: Люксембург 7, Бельгія 18, Мальта 20, Ісландія 21, Кіпр 27, Нідерланди 29 % [497, с. 78]. З одного боку, це характеризує туристичну привабливість країни для власних громадян. З іншого, необхідно робити поправку на доходи населення і розмір країни. За межами країни респондентів найбільш туристично привабливими для респондентів Євробарометру є такі країни (але тут уже необхідно враховувати поправку на відстань): Іспанія 11 %, Італія 9, Франція 7, США або Канада 5, Греція 5, Німеччина 4,

Азія або Океанія 4, Північна Африка або Близький Схід 4 %. А якщо враховувати і країну-респондента, то сукупний рейтинг буде таким: Іспанія 17 %, Італія 16, Франція 15, Німеччина 10, Велика Британія 9, Греція 6, Польща 6 % [497, с. 81–82].

Щодо впливовості економічної науки країн, А. Кардозо, П. Гіммарес та К. Зіммерманн розраховували, що в 1991–2006 рр. частка Європи в наукових статтях з економічної тематики в рейтингу Econlit та SSCI поступово зростала і майже наздогнала Північну Америку. З кінця 1990-х рр. зі зростанням на третє місце вийшла Азія, але суттєво ще відстає від регіонів-лідерів. У 2006 р. частки регіонів у статтях у журналах, що весь час перебували у базах даних, були такими: Північна Америка 48,25 %, Європа 38,07, Азія 7,7, Океанія 3,52, Інша Америка 1,09, Африка 1,02 %. Проте пропорції у журналах, що увійшли в бази даних із 2000 р. відрізнялися: Європа 55,02 %, Північна Америка 33,02, Океанія 4,98, Азія 3,75, Інша Америка 1,42, Африка 0,32 %. Таким чином, явно сильніші позиції у Європи. З іншого боку, індекс цитування авторів із Північної Америки вищий, ніж із Європи порівняно з їх частками у статтях [335].

Якщо розглянути ситуацію по країнах-лідерах, то в усіх журналах, що весь час були у базах даних у 2002–2006 рр., частки були такими: США 51,36 %, Велика Британія 11,78, Німеччина 5,4, Канада 4,79, Франція 3,55, Австралія 3,39, Іспанія 3,31, Нідерланди 3,16, Швеція 2,57, Японія 2,41, Ізраїль 1,3, Бельгія 1,25, Норвегія 1,16, Швейцарія 1,16, Данія 1, Австрія 0,8 %. Цікаво, що науковий економічний вплив деяких країн помітно вищий за їх частку у ВВП світу: Велика Британія випереджає Німеччину, Канада Францію, Швеція Японію. Однак порівняно з 1991–1995 рр. найбільше зросла частка в Іспанії (2,43 в. п.), Німеччині (2,32), Франції (1,86), Італії (1,44), а у відносному вимірі також у Данії, Швеції, проте помітно впала у США (–11,08) та Канаді (–1,78 в. п.) [335].

К. Уїтні та Д. Шамбо у 2008 р. провели дослідження м'якої сили основних впливових країн Східної Азії (Китай, Японія та Республіка Корея) і США на основі опитування громадськості

цього регіону [571, с. 7–8]. Наприклад, за шкалою від 0 до 1, (м'яка) економічна сила:

- США в Азії становила від 0,7 (у Японії) до 0,8 (у В'єтнамі);
- Японії – від 0,68–0,71 (у США, Китаї, Республіці Корея) до 0,77–0,81 (в Індонезії, В'єтнамі);
- Китаю – від 0,52–0,57 (у США, Японії та Республіці Корея) до 0,70–0,73 (в Індонезії та В'єтнамі);
- Республіки Корея – від 0,5 (США) до 0,66–0,68 (Китаї, Індонезії, В'єтнамі) [571, с. 35].

Інакше кажучи, США та Японія випереджають інші дві країни. Китай трохи випередив Республіку Корею за критеріями економічної важливості для інших країн у свідомості респондентів, міжнародної конкурентоспроможності й економічного впливу в Азії. Економічну впливовість США і Китаю в регіоні оцінюють як схожу, проте більші економіки (США, Китай, Японія) вважають, що вплив Китаю сильніший, а менші (Корея, В'єтнам, Індонезія) – навпаки [571, с. 9, 16].

Ю. Бочаров у 2010 р. подавав кількість повідомлень про пострадянські країни в інтернеті в пошуковій системі Google двома мовами. Англійською мовою більше інформації про Грузію (18,6 %), Азербайджан (16,5), Росію (11,5), а про Україну 5,5 %. Російською мовою – про Казахстан (20,1 %), Росію (16,1), Вірменію (16,0), а про Україну 4 %. Якщо рахувати за кількістю запитів користувачів інтернету в пошуковій системі "Яндекс", то більше цікавляться Росією (57,1 %), Україною (26,3), Казахстаном (6 %) [28]. Ми бачимо, що останній рейтинг більше співвідноситься з величиною країн. Якщо ми розрахуємо середні цих часток (без зважування, хоча це не є оптимальним способом), то рейтинг буде таким: Росія (28,2 %), Україна (12), Грузія (10,7), Казахстан (9,9), Вірменія (8,3), Азербайджан (7), Киргизька Республіка (5,1), Узбекистан (4,2), Молдова (3,2), Туркменістан (2,9), Латвія (2,6), Естонія (2,5), Білорусь (1,8), Таджикистан (1), Литва (0,6 %) (розраховано за [28]).

Сфери м'якого впливу провідних економічних і політичних центрів світу. Далі ми маємо на меті визначити закономірності у стані та динаміці глобального розподілу м'якої сили як

потенціалу можливостей м'якого, ментального впливу основних економічних і політичних центрів світу [248].

Проект глобального ставлення Pew Global Attitudes Project проводить опитування громадськості щодо ставлення до таких центрів сили в розрізі країн респондентів. Завдяки цьому було підготовлено базу даних й окремі звіти, з яких можна судити про рівень загальної м'якої сили країн та її економічної компоненти. Наймасштабніше дослідження громадської думки було у 2007 р., тому недоліком цього методу є витратність, неповне і непостійне охоплення країн. Також значною мірою можна оцінити співвідношення м'якої сили лише трьох основних економічних центрів світу: США, ЄС, Китаю, а також одного з політичних центрів світу – Росії [546].

Розглянемо загальне ставлення до чотирьох згаданих центрів у динаміці. Відсоток позитивних оцінок щодо країн, коли респонденти відповідали, що вони позитивно ставляться до зазначеного економічного центру, поданий у табл. 2.8. На жаль, у цих оцінках неможливо виокремити пряму економічну компоненту іміджу цих центрів: зробити це ми можемо лише опосередковано. Цікаво, що до свого центру найкраще ставляться жителі Китаю, далі США та ймовірно Росії, та в останню чергу ЄС.

Таблиця 2.8. Частка позитивних оцінок США, ЄС, Китаю та Росії з боку громадськості різних країн, %

Країна респондентів	Центри сили (2013)				Центри сили (2007)			
	США	ЄС	Китай	Росія	США	ЄС	Китай	Росія
Австралія	66	54	58	42	46 [^]		52 [^]	
Аргентина	41	36	54	26	16	37	32	19
Бангладеш					53	51	74	52
Болгарія					51	81	44	78
Болівія	55	39	58	22				27
Бразилія	73	54	65	34	62~	55~	52~	37
Велика Британія	58	43	48	38	51	52	49	47
Венесуела	53	43	71	40				48
Гана	83	70	67	49	80	74	75	55
Греція	39	33	59	63	35*	37*	56*	
Ефіопія					77	79	67	48
Єгипет	16	40	45	30	21	52	65	46

Продовження табл. 2.8

Країна респондентів	Центри сили (2013)				Центри сили (2007)			
	США	ЄС	Китай	Росія	США	ЄС	Китай	Росія
Ізраїль	83	41	38	21	78	49	45	29
Індія	41	21*	23*		41!	23!	25!	58
Індонезія	61	56	70	43	29	55	65	36
Іспанія	62	46	48	38	34	80	39	35
Італія	76	58	28	31	53	78	27	37
Йорданія	14	27	40	25	20	26	46	48
Канада	64	57	43	42	55	73	52	52
Кенія	81	70	78	47	87	82	81	57
Китай	40	37	95	49	34	40	93	54
Кот-д'Івуар					88	72	92	73
Кувейт					46	50	52	27
Литва	73!	78!	52!					
Ліван	47	53	56	46	47	59	46	48
Малайзія	55	55	81	47	27	53	83	46
Малі					79	83	92	59
Мексика	66	39	45	28	56	50	43	38
Марокко					15	35	26	21
Нігерія	69	54	76	38	81~	67~	76~	58
Німеччина	53	60	28	32	30	68	34	34
Пакистан	11	15	81	19	15	14	79	18
Палестина (тер.)	16	33	47	29	13	32	46	30
Перу					61	50	56	37
Республіка Корея	78	73	46	53	58	71	52	54
Південна Африка	72	43	48	26	60^		37^	30
Польща	67	68	43	36	61	83	39	34
Росія	51	63	62		41	62	60	89
Сальвадор	79	43	52	27				
Сенегал	81	71	77	42				34
Словаччина					41	79	45	59
США	81	50	37	37	80	47	42	44
Танзанія	65^		71^		46	60	70	50
Туніс	42	55	63	35	45*	58*	69*	
Туреччина	21	26	27	19	21	27	25	17
Уганда	73	47	59	28	64	53	45	32
Україна	60!	72!	63!		54	77	64	81
Філіппіни	85	62	48	35	90"		63"	

Закінчення табл. 2.8

Країна респондентів	Центри сили (2013)				Центри сили (2007)			
	США	ЄС	Китай	Росія	США	ЄС	Китай	Росія
Франція	64	41	42	36	39	62	47	35
Чеська Республіка	58	38	34	41	45	54	35	41
Чилі	68	57	62	39	55	63	62	47
Швеція					46	59	43	31
Японія	69	61	5	27	61	61	29	22

Примітка. Знаками позначені роки опитувань, що відрізнялися від 2013 або 2007 рр., але були відносно близькими до них (* 2012 р., ! 2011 р., ~ 2010 р., ^ 2008 р., " 2002 р.). Жирним шрифтом позначені дані щодо країн, у яких ставлення до зазначеного економічного центру було одним із найкращих, курсивом – одним із найгірших.

Джерело: складено автором за даними [395, с. 2; 398, с. 73; 547].

До США найбільшою мірою добре ставляться низка країн Африки, Філіппіни й Ізраїль (понад 80 %), а негативно низка ісламських країн Південно-Західної Азії. Відбулося явне поліпшення іміджу США загалом порівняно із 2007 р. й особливо в Індонезії, Німеччині (принаймні на 30 в. п.), Південній Кореї, Італії, Франції, Іспанії, Малайзії, Аргентині (принаймні на 20 в. п.), Чилі, Мексиці, Чеській республіці, Росії та Туреччині (принаймні на 10 в. п.), а також імовірно у Бразилії, Південній Африці, Австралії, Танзанії (порівнюють інші роки). А найбільше погіршення – у Єгипті та Йорданії (на 5–6 в. п.) та імовірно в Нігерії.

Серед найбільших економік цікавим є те, що традиційний союзник Великої Британії посідає середнє місце в рейтингу як і загалом великі економіки. Оцінки з боку Китаю зменшилися до 40 % після пікових 58 % у 2010 р., поряд з Індією вони є найгіршими серед великих економік. Оцінки сусідніх країн (Канада і Мексика) є достатньо позитивними, що є одним із факторів регіональної економічної інтеграції. Ставлення України нещодавно поліпшилося із 54 до 60 %, але є гіршим ніж 80 % у 2002 р. У 2014–2016 рр. дещо поліпшився імідж США в Китаї (50 %) та Україні (69), і радикально погіршився в Росії (15 %).

Ми бачимо, що у ставленні до США прослідковується значною мірою політична компонента, про що свідчить регіональ-

ний і цивілізаційний розподіл негативних оцінок США. Також імідж США за президента Б. Обама був позитивнішим, ніж за президента Дж. Буша, незважаючи на економічні кризові явища у світі, які спочатку охопили США.

До ЄС найкраще ставляться жителі Литви, Південної Кореї, України та трьох країн Африки (Сенегал, Гана, Кенія), а найгірше – Пакистан, Індія, Туреччина (кандидат на приєднання), Йорданія, Палестина, Греція (країна-член). Відбулося явне погіршення іміджу ЄС загалом порівняно із 2007 р. (імовірно внаслідок економічної кризи) й особливо в Іспанії (на 44 в. п.), Франції, Італії (принаймні на 20), Канаді, Чеській Республіці, Польщі, Кенії, Єгипті, Мексиці (принаймні на 10 в. п.), а також імовірно в Нігерії. Ніде не відбулося помітного поліпшення іміджу ЄС.

Серед найбільших економік найкращим є ставлення до ЄС у Росії, Японії та Німеччині (60–63 %). Найгіршим в Індії (21 %), меншою мірою Китаї, Франції та Великій Британії (37–43 %). Ставлення США є доволі нейтральним (50 %). Зазначимо, що ставлення до ЄС не таке контрастне як до США: практично немає такого доброго і такого поганого ставлення як до США, але серед самих членів ЄС ставлення до ЄС різняться досить помітно (від 33 до 78 %). Хоча в Україні одне з найкращих вражень про ЄС, воно трохи погіршилося в досліджений період.

У 2011 р. найбільше звинувачували у своїх економічних негараздах ЄС – у Франції (34 %), Польщі та Палестині (22), Німеччині (21), Туреччині (14), найменше – у Пакистані, Бразилії, Мексиці, Кенії (1), Ізраїлі, Індонезії (2 %). В Україні – 5 % [559, с. 47].

У ставленні до ЄС прослідковується значною мірою економічна компонента, ураховуючи, що ставлення до ЄС значно погіршилося в умовах неврегульованих фінансових проблем цього об'єднання. Однак, імовірно, ідеться про досягнення "дна". Зважаючи на це можливе подолання циклічних економічних проблем у майбутньому та зовнішній інтеграційний потенціал дозволяють оцінити, що згодом імідж, а відповідно і м'яка сила ЄС, усе ще можуть поліпшитися.

Імідж Китаю також поступається іміджу США. У 2013 р. понад половини населення було прихильним до США у 28 із 38 розгля-

нутих країн (медіана позитивних оцінок 63 %). До Китаю – у 19 із 38 розглянутих країн (медіана позитивних оцінок 50 %) [394].

До Китаю найкраще ставляться жителі самого Китаю, Малайзії, Пакистану, Кенії, Сенегалу, Нігерії, Венесуели й Індонезії (тобто присутній азіатсько-африканський нахил), а найгірше в Японії, а також Індії, Туреччини, Італії, та Німеччини. Динаміка ставлення до Китаю (у 2007–2013) є доволі різноспрямованою. Помітне поліпшення відбулося в Аргентині (понад 20 в. п.), Уганді, Лівані, Іспанії; погіршення – у Японії, Єгипті (понад 20 в. п.), меншою мірою в Канаді, Гані, Ізраїлі.

Серед найбільших економік до Китаю найкращим є ставлення в самому Китаї, а далі з помітним відривом у Бразилії та Росії (країни БРІКС), у решті великих країн позитивне ставлення менше 50 %, особливо в Японії (5), Індії, Італії та Німеччині (менше 30 %). В Україні у 2007–2011 рр. ставлення практично не змінилося на рівні 64–63 %.

Як ми бачимо, у ставленні до Китаю ймовірно поєднуються політична (політичні зв'язки, прикордонні суперечки) й економічна складова (економічний успіх, швидке наростання глобального економічного впливу, конкуренція з боку дешевого китайського імпорту, економічна експансія капіталу).

Для Росії подають дані за 2013 р. і 2007 р. у спеціальних звітах, а не онлайн-базі даних як для решти економічних центрів [395, с. 2; 398, с. 73]. У середньому по охоплених країнах ставлення до Росії є гіршим, ніж до попередніх центрів. Частково це пояснюють тим, що помітна частка респондентів не визначилася із відповіддю щодо ставлення до Росії, а не дала негативну оцінку. Інакше кажучи, тут фактично менш глобальний вплив Росії викликає більшу невизначеність ставлення респондентів. Припускаємо, що у ставленні до Росії, ймовірно, прослідковуються значною мірою історичні та політичні фактори (підтримка тих чи інших країн Росією, культурні зв'язки, спадкоємність СРСР як історично альтернативного до Заходу центру сили).

Найкраще до Росії ставляться жителі Греції, Південної Кореї, Китаю, Гани. Найгірше – Пакистану, Туреччини, Ізраїлю, Болівії, Йорданії. Порівняно із 2007 р. імідж Росії помітно погіршився в середньому, але частково за рахунок випадання з вибірки у

2013 р. країн, які найбільш позитивно ставилися до Росії у 2007 р. (Росія, Україна, Болгарія, Кот-д'Івуар, Словаччина, Малі, Індія). Невелике поліпшення відбулося лише в Сенегалі, Індонезії, Аргентині. Найбільше погіршення сталося в Йорданії, Нігерії (принаймні 20 в. п.) та Єгипті, Мексиці, Канаді, Кенії (принаймні 10 в. п.). У Єгипті та Йорданії зниження відбулося переважно у 2011 р., тобто в період розгортання подій "арабської весни".

Серед найбільших економік найкращим є ставлення до Росії у Китаї, а у 2007 р. також Індії (у 2013 дані відсутні) – тобто країнах БРІКС. Решта ставляться гірше, особливо Японія і Німеччина (остання мала пік позитивного ставлення у 2011 – 47 %).

Необхідно зауважити: від часу проведення нашого дослідження відбулися події, що погіршили імідж Росії. Інформація у 2015 р. свідчить про те, що до Росії найкраще ставилися у В'єтнамі (75 %), Гані (56), Китаї (51), Республіці Корея (46), а найгірше у Пакистані (12), Польщі, Туреччині (15), Йорданії, Великій Британії (18), Україні та Японії (21 %). Ми бачимо, що у зв'язку з військово-політичними діями Росії щодо України та Сирії кардинально змінилося коло країн, які найгірше ставляться до Росії. Близько 37 % опитаних позитивно ставляться до Росії в Азії й Африці, та близько чверті в Європі та Близькому Сході. Найбільші втрати довіри до Росії відбулися у Великій Британії (–20 в. п. порівняно із 2013), Польщі (–21), та Україні (–60 в. п. порівняно із 2007) [530].

У більшості випадків молодше покоління ставиться принаймні до США, Китаю і Росії краще, ніж старше. Іншими словами, є передумови до поліпшення іміджу цих центрів у низці країн у майбутньому. Різниця в позитивному ставленні молодшого покоління і старшого покоління до США найбільшою мірою виявляється в Туреччині, Китаї, Малайзії, Польщі, Чеській Республіці, Росії, Лівані, Аргентині, Болівії, Венесуелі [559, с. 11]. До Китаю – у Туреччині, США, Польщі, Аргентині, Франції, Великій Британії, Філіппінах, Канаді [559, с. 29]. До Росії – у Японії, Канаді, Туреччині, Філіппінах, Бразилії, Німеччині, США, Південній Кореї, Італії, Іспанії, Сенегалі, Тунісі [395, с. 4].

Найкраще ставлення до всіх центрів (сума часток позитивних відповідей до трьох центрів понад 220 % при теоретичному мак-

симумі 400 %) – у Кенії, Сенегалі, Гані, Південній Кореї, Малайзії, Нігерії, Індонезії, Філіппінах, Чилі, Бразилії, Китаї, Австралії (є африканський і східноазіатський нахил). Серед таких країн є також Україна і Литва, якщо розглядати лише три центри (даних щодо Росії у 2013 немає). Найгірше ставлення (до 150 %) – у Туреччині, Йорданії, Палестині, Пакистані, Єгипті (нахил на Близький Схід та Південну Азію), а для трьох центрів і в Індії, що ймовірно може свідчити про більш самостійну орієнтацію населення цих країн або орієнтацію на "децентралізований" ісламський центр, не охоплений дослідженням.

Найбільше сумарно до трьох центрів поліпшилося ставлення в Аргентині, Уганді (за рахунок кращого ставлення до США і Китаю, але не ЄС), Індонезії, Малайзії та Південній Кореї (США). Найбільше сумарне погіршення – у Єгипті (до всіх центрів), Кенії (переважно до ЄС), Канаді (до ЄС і Китаю), Японії (Китаю).

Нижче в табл. 2.9 показано кореляційну матрицю ставлення до центрів у 2013 р. або найближчих до нього роках.

Таблиця 2.9. Кореляція між ставленням громадськості країн до центрів сили

	США	ЄС	Китай	Росія
США	1			
ЄС	0,68	1		
Китай	-0,01	0,13	1	
Росія	0,25	0,47	0,40	1

Джерело: розраховано автором за даними [395, с. 2; 398, с. 73; 547].

Як бачимо, існує помітна позитивна кореляція ставлення до США та ЄС (назвемо сукупність США і ЄС Західним макроцентром), меншою мірою ЄС і Росії (Північноєвразійський макроцентр), Росії та Китаю (Східний макроцентр), ще меншою мірою Росії та США (?). Кореляція між ставленням до Китаю та Західного макроцентру практично відсутня. У 2007 р. матриця була схожою за винятком того, що кореляція між США і Китаєм була 0,29, тобто з того часу відбувається тенденція до поляризації ставлення країн до цих двох центрів.

Для визначення відносного позитивного ставлення до певного центру сили порівняно зі ставленням до інших центрів ми розрахуємо запропонований нами індикатор відносної м'якої сили економічного центру:

$$RSPI_i = FO_i - \frac{FO_j + FO_k + 2(100 - FO_i)}{4}, \quad (2.10)$$

де $RSPI_i$ – індекс відносної м'якої сили центру i ; FO_i – відсоток позитивних оцінок щодо центру сили i ; FO_j та FO_k – відсотки позитивних оцінок щодо решти економічних центрів: k та j , відповідно.

Інакше кажучи, у формулі (2.10) від відсотка позитивних оцінок щодо економічного центру, що розглядається, віднімається середнє арифметичне, яке враховує відсоток негативних або нейтральних оцінок щодо даного центру та відсоток позитивних оцінок щодо решти центрів. Теоретично зазначений індекс може бути адаптований також до розгляду більшої кількості економічних центрів: після мінусу буде середнє арифметичне більшої кількості центрів, а замість 2 буде відповідна кількість решти центрів.

Поточний стан індикатора відносної м'якої сили економічного центру ми оцінюємо за даними за 2013 р. (а за їх відсутності за 2011–2012). Попередній стан – за даними за 2007 р. (а за їх відсутності за 2008, 2010 або 2002). Результати розрахунку представлені в табл. 2.10.

Таким чином, у світі сформувалася бімультитиплярна орієнтація прихильності громадськості країн (тобто, переважно до США та Китаю). Оскільки ЄС був популярнішим до кризи, то результати, одержані за 2007 р., свідчать про потенціал відновлення довіри до ЄС у разі подолання кризових явищ. Оцінка Китаю в майбутньому може поліпшитися (за рахунок більшого впливу та зв'язків) або погіршитися (за рахунок тиску економічної конкуренції на країни з боку Китаю).

Також можливо розрахувати $RSPI$ з урахуванням чотирьох економічних центрів. Однак це призводить до висновку, що домінуючим центром Росія є лише у Греції (проте порівняно з переліком країн для трицентрового $RSPI$ за 2013 немає даних

щодо оцінок Росії з боку Індії, Литви, Росії та України та й загалом щодо пострадянських країн). На жаль, відсутність даних не дозволяє оцінити таким способом м'яку силу інших провідних економічних центрів (Японія, Індія, Бразилія; "децентралізованих" центрів, таких як ісламський регіон, Африка південніше Сахари тощо; або окремих економік, таких як Україна).

Таблиця 2.10. Індикатор відносної м'якої сили економічних центрів по країнах світу

Країна	2007 або інший рік у минулому				2013 або інший рік у теперішній час			
	RSPI США	RSPI ЄС	RSPI Китаю	Доміную- чий центр	RSPI США	RSPI ЄС	RSPI Китаю	Доміную- чий центр
Австралія					6	-18	-10	США
Аргентина	-63	-21	-31	Немає	-28	-38	-2	Немає
Бангладеш	-20	-24	22	Китай!				
Бразилія	1	-13	-19	США?	15	-23	-1	США
Болгарія	-23	37	-37	ЄС!				
Велика Британія	-15	-13	-19	Немає	0	-30	-20	США?
Венесуела					-16	-36	20	Китай!
Болівія					-7	-39	-1	Немає
Гана	17	5	7	США, Китай, ЄС	26	0	-6	США!
Греція					-32	-44	8	Китай
Ефіопія	13	17	-7	ЄС, США				
Єгипет	-71	-9	17	Китай	-68	-20	-10	Немає
Ізраїль	32	-26	-34	США!	45	-39	-45	США!!
Індія					-13	-53	-49	Немає
Індонезія	-58	-6	14	Китай	-7	-17	11	Китай
Іспанія	-50	42	-40	ЄС!!	5	-27	-23	США
Італія	-13	37	-65	ЄС!	31	-5	-65	США!
Йорданія	-57	-45	-5	Немає	-66	-40	-14	Немає
Канада	-17	19	-23	ЄС	7	-7	-35	США
Кенія	24	14	12	США, ЄС, Китай	19	-3	13	США, Китай
Китай	-54	-42	64	Китай!!!	-44	-50	66	Китай!!!

Продовження табл. 2.10

Країна	2007 або інший рік у минулому				2013 або інший рік у теперішній час			
	RSPI США	RSPI ЄС	RSPI Китаю	Доміную- чий центр	RSPI США	RSPI ЄС	RSPI Китаю	Доміную- чий центр
Кот-д'Івуар	25	-7	33	Китай, США				
Кувейт	-24	-16	-12	Немає				
Литва					12	22	-30	ЄС!, США
Ліван	-23	1	-25	ЄС?	-25	-13	-7	Немає
Малайзія	-67	-15	45	Китай!!	-20	-20	32	Китай!
Малі	7	15	33	Китай, ЄС, США				
Марокко	-62	-22	-40	Немає				
Мексика	-4	-16	-30	Немає	15	-39	-27	США
Нігерія	21	-7	11	США, Китай	5	-25	19	Китай, США
Німеччина	-51	25	-43	ЄС!	-8	6	-58	ЄС
Пакистан	-73	-75	55	Китай!!	-80	-72	60	Китай!!!
Палестина (тер.)	-71	-33	-5	Немає	-67	-33	-5	Немає
Перу	0	-22	-10	США?				
Республіка Корея	-11	15	-23	ЄС	24	14	-40	США!, ЄС
Південна Африка					23	-35	-25	США!
Польща	-6	38	-50	ЄС!	8	10	-40	ЄС, США
Росія	-39	3	-1	ЄС	-23	1	-1	ЄС?
Сальвадор					33	-39	-21	США!
Сенегал					19	-1	11	США, Китай
Словаччина	-40	36	-32	ЄС!!				
США	37	-29	-39	США!	39	-23	-49	США!
Танзанія	-33	-5	15	Китай				
Туніс					-36	-10	6	Китай
Туреччина	-69	-33	-37		-49	-39	-37	Немає
Уганда	7	-15	-31	США	20	-32	-8	США!
Україна	-24	22	-4	ЄС!	-12	12	-6	ЄС

Закінчення табл. 2.10

Країна	2007 або інший рік у минулому				2013 або інший рік у теперішній час			
	RSPI США	RSPI ЄС	RSPI Китаю	Доміную- чий центр	RSPI США	RSPI ЄС	RSPI Китаю	Доміную- чий центр
Філіппіни	49	-118	-19	США!!	38	-8	-36	США!
Франція	-38	8	-22	ЄС	12	-34	-32	США
Чеська Республіка	-21	-3	-41	Немає	6	-34	-42	США
Чилі	-17	-1	-3	Немає	7	-15	-5	США
Швеція	-24	2	-30	ЄС				
Японія	5	5	-59	США, ЄС	26	10	-102	США!, ЄС

Примітка. Знаком оклику (!) позначено країни, які найбільшою мірою орієнтуються на зазначений економічний центр. ? – неточна оцінка.

Джерело: розраховано автором за даними [547].

Внутрішній економічний імідж країн. Крім зовнішнього ставлення до економіки країни, важливою є й думка власних громадян про те, чи економічна система країни справедлива і сприятлива для їх добробуту. Ми також використовуємо дані Pew Research Center [547] по 46 країнах за 2015 р. (або принаймні 2014 чи 2013). Розглянуто такі наближені індикатори внутрішнього економічного іміджу:

- поточне ставлення до економіки країни (*C*) – частка респондентів, що відповідають "так" на запитання "Чи економічна ситуація у вашій країні добра?";
- короткотерміновий оптимізм (*S*) – частка респондентів, які відповідають "поліпшиться" на запитання "Чи ви очікуєте, що економічна ситуація у вашій країні поліпшиться наступного року?";
- довготерміновий оптимізм (*L*) – частка респондентів, які відповідають "так" на запитання "Чи теперішні діти, коли подорослішають, будуть фінансово більш забезпечені ніж їхні батьки?".

Кореляція *C* з *S* і *L* становить 0,55 і 0,6 відповідно. *S* і *L* корелюють значно сильніше на рівні 0,85. В Україні враження про поточну ситуацію в економіці (*C* = 3 %) було другим найгіршим

після Греції, але люди трохи більше оптимістичні щодо найближчого майбутнього ($S = 24\%$) і значно більше оптимістичні щодо подальшого майбутнього ($L = 48\%$, що наближено до середнього значення). Найкраще ставлення до поточної економічної ситуації було в Китаї ($C = 90\%$), короткотерміновий оптимізм у Нігерії ($S = 92\%$), довготерміновий оптимізм – у В'єтнамі ($L = 91\%$). Найбільш песимістичні громадяни в Чеській Республіці в короткотерміновій перспективі ($C = 90\%$) та Франції у довготерміновій ($L = 14\%$).

Далі ми використовуємо ці три показники у кластерному аналізі країн. Ми не використовуємо стандартизовані дані, оскільки змінні вимірюють в однакових одиницях виміру і мають схожий розподіл. Для п'яти кластерів F-тест показує, що всі три змінні статистично значуще впливають на кластеризацію на рівні $p < 0.00001$. Середні значення по всіх кластерах подані в табл. 2.11.

Таблиця 2.11. Середні значення індикаторів внутрішнього економічного іміджу та країни за кластерами країн, %

Змінна / кластер	1	2	3	4	5
<i>C</i>	49,5	47,5	69,3	15,6	18,2
<i>S</i>	29,1	42,8	79,6	24,7	52,8
<i>L</i>	29,9	50,1	76,9	29,1	49,8
Країни	Австралія, Велика Британія, Канада, Малайзія, Німеччина, Польща, США, Танзанія, Туреччина, Японія	Аргентина, Болівія, Ізраїль, Індонезія, Кенія, Мексика, Пакистан, ПАР, Уганда, Філіппіни, Чилі	Бангладеш, Буркіна-Фасо, В'єтнам, Ефіопія, Індія, Китай, Нігерія, Перу, Сенегал	Греція, Єгипет, Іспанія, Італія, Йорданія, Ліван, Палестина, Республіка Корея, Україна, Франція, Чеська Республіка	Бразилія, Венесуела, Гана, Росія, Туніс

Джерело: розраховано автором за даними [547].

Зазначені п'ять кластерів характеризуються таким чином:

- кластер 3 – найкраще поточне бачення ситуації (у середньому, оскільки є відмінності по країнах) і високий оптимізм – це переважно країни, що розвиваються, в Азії та Африці;
- кластер 2 – середнє поточне ставлення і помірний оптимізм – переважно країни, що розвиваються, на різних континентах;
- кластер 1 – середнє поточне ставлення і песимізм – переважно розвинені країни;
- кластер 5 – погане поточне ставлення і помірний оптимізм, країни, що розвиваються, на різних континентах;
- кластер 4 – погане поточне ставлення та песимізм – переважно країни Середземномор'я.

Ми бачимо, що розвинені країни більше схильні до песимізму. Поясненням можуть бути відносно нещодавні кризові процеси та вищі темпи розвитку на душу населення у багатьох країнах, що розвиваються [342].

Власна методика оцінки м'якої економічної сили. Ми можемо провести аналогію між позитивною складовою іміджу та негативною, з одного боку, й активами та пасивами з іншого. Зважаючи на це ми можемо запропонувати такий вебометричний індекс м'якої економічної сили (сили економічного іміджу) [241, 256]:

$$SEP_i = P_i \frac{P_i}{P_i + N_i} \cdot 100\% / \sum P \frac{P}{P + N}, \quad (2.11)$$

де SEP_i – індекс м'якої економічної сили (сили економічного іміджу) країни i ; P_i – кількість позитивних повідомлень про економіку країни i ; N_i – кількість негативних повідомлень про економіку країни i .

Кількість повідомлень розраховують як кількість несхожих інтернет-сторінок, одержаних внаслідок пошукового запиту на певну дату (статична сила або сила як потенціал) чи за певний період (реалізація м'якої сили). Якщо використовуються результати на певну дату (що дозволяє використовувати індекс для більшого кола країн), то враховують інформацію про країну за всі роки. Це

логічно, оскільки імідж є продуктом поточних і минулих подій. Наприклад, успішна країна зараз із невдачами у минулому не зможе мати ідеальний імідж. Проте більша вага фактично автоматично надається інформації останнього часу внаслідок того, що кількість інформації збільшується з кожним роком.

Індекс може набувати лише позитивного значення (у теорії ми виходимо з того, що сила країни завжди має позитивне значення, навіть якщо імідж відносно негативний) та залежить не тільки від позитивного чи негативного ставлення, а й ступеня присутності країни в інформаційному полі. Сума всіх індексів країн дорівнює 100 %. Зазначимо, що складова формули (2.11):

$$EI_i = \frac{P_i}{P_i + N_i} \cdot , \quad (2.12)$$

є фактично індексом економічного іміджу країни (відношення позитивної до всієї інформації про країну без урахування обсягу інформації). Якщо EI наближається до 1, то імідж економіки країни позитивний, якщо до 0 – негативний.

Пошуковий запит формують так, щоб на веб-сторінці були розташовані близько одночасно три компоненти: позитивна (*good*) або негативна (*bad*) інформація, приналежність до економічної сфери (*economic*), приналежність до країни (наприклад, *Ukraine*). Для деяких країн додавали результати щодо різних альтернативних назв (наприклад, *U.S.*, *USA*, *United States*). Ми також робимо пошук по територіях, щодо яких статистичні дані подають окремо, і ЄС як найбільш розвиненій наднаціональній інституційній надбудові.

Наприклад, позитивні повідомлення щодо України нами були визначені за таким запитом у пошуковому сервісі Google [403]: "*good economic * * Ukraine*". Знаки * * дозволяють гарантувати, що назва країни та перші два слова в запиті розташовані дуже близько по тексту. Таким чином ми проводимо експрес-контент-аналіз, автоматизуючи критерії пошуку інформації. Індекс *SEP* відображає ступінь присутності країни в англомовному інформаційному полі з поправкою на співвідношення позитивних і негативних повідомлень по країні. Одержана інформація за таким запитом найчастіше характеризує економічний стан, нови-

ни, умови, менеджмент або дохідність у країні чи її економічні зв'язки з іншими країнами.

Ми можемо також запропонувати індекс іміджу країни зважений за економічною силою країн респондентів:

$$WII_i = \sum P_{ik} \cdot GDP_k, \quad (2.13)$$

де WII_i – зважений індекс іміджу країни i ; P_{ik} – імідж країни i у країні k (частка громадськості, що позитивно ставиться до країни i); GDP_k – частка ВВП за ПКС країни k у світовому ВВП (або може використовуватися HEP_k).

Іншими словами, фактично ми зважуємо загальне ставлення до країни на величину ВВП країн, де проводять опитування, тому що важливою є думка, насамперед, представників впливових економік (передусім США, ЄС, Китаю), що домінують у створенні світових правил гри, мають більший за обсягом ринок, більше вільних коштів для інвестицій тощо.

У випадку необхідності розрахунку сукупної економічної сили країни, ми можемо запропонувати, наприклад, таку формулу:

$$TEP_i = HEP_i \cdot II_i \quad (2.14)$$

де TEP_i – індекс сукупної економічної сили країни i ; HEP_i – індекс твердої економічної сили країни i ; II_i – WII_i або інший індекс іміджу країни i .

Цей підхід співзвучний із думкою Р. Кляйна та китайських учених, що тверда і м'яка сила мають бути помножені, а не додані [422, с. 117]. Індекс TEP також має бути нормований, щоб сума всіх індексів країн дорівнювала 100 %. Зазначений індекс характеризуватиме здатність країни користуватися не тільки своєю економічною силою, а й інших країн за рахунок співпраці та коаліцій. Наприклад, за умов негативного іміджу країна зіштовхується з більшим ризиком конфронтації, тому їй необхідно більше твердої економічної сили, щоб це компенсувати у взаємодії з іншими країнами. Іншим варіантом розрахунку TEP може бути геометричне середнє HEP і SEP . Однак постає проблема зважування.

Тестування вебметричного індексу м'якої економічної сили. Далі ми використовуємо розроблений нами індекс SEP

згідно із формулою (2.11) для визначення м'якої економічної сили (сили економічного іміджу) країн світу. Результати розрахунків за нашими пошуковими запитами в пошуковому сервісі Google станом на 29 жовтня 2015 р. (за всю історію до цієї дати) щодо країн із найбільшим індексом подані в табл. 2.12 (усього було досліджено 188 економік).

Таблиця 2.12. Індекс сили економічного іміджу щодо країн / територій світу у 2015 р., у % від сукупної світової величини

Країна	SEP	Країна	SEP	Країна	SEP
ЄС + країни-члени	22,24	Афганістан	0,62	Вірменія	0,25
США	12,54	Малайзія	0,61	Уругвай	0,24
Китай	4,87	Чеська Республіка	0,60	Сирія	0,24
ЄС	4,12	Грузія	0,57	Малаві	0,24
Росія	3,88	Чилі	0,56	Судан	0,24
Індія	3,81	Колумбія	0,56	Лівія	0,23
Німеччина	3,77	Ефіопія	0,56	Йорданія	0,23
Велика Британія	3,37	Гана	0,56	Намібія	0,22
Нова Зеландія	2,62	Норвегія	0,53	Сальвадор	0,21
Канада	2,61	Непал	0,50	Парагвай	0,21
Австралія	2,56	Сьєрра-Леоне	0,50	Гайана	0,21
ПАР	1,99	Пакистан	0,48	Домініканська Республіка	0,20
Японія	1,90	Азербайджан	0,48	Гаїті	0,19
Іран	1,72	Уганда	0,46	Маврикій	0,19
Польща	1,64	Словенія	0,46	Ліберія	0,18
Індонезія	1,56	КНДР	0,46	Кот-д'Івуар	0,18
Туреччина	1,39	Австрія	0,45	Сейшельські Острови	0,18
Мексика	1,33	Нідерланди	0,44	Соломонові Острови	0,18
Філіппіни	1,31	Коста-Ріка	0,42	Малі	0,17
Сінгапур	1,30	Панама	0,41	Болгарія	0,16
Бразилія	1,22	Мозамбик	0,41	Венесуела	0,15
Україна	1,20	Угорщина	0,40	Алжир	0,15
Ізраїль	1,07	Перу	0,39	Узбекистан	0,15
Франція	0,99	Ірак	0,36	Бруней	0,15
Ірландія	0,99	Бангладеш	0,36	Аргентина	0,15

Закінчення табл. 2.12

Країна	SEP	Країна	SEP	Країна	SEP
В'єтнам	0,97	Данія	0,34	Македонія	0,15
Гонконг	0,90	Танзанія	0,33	Камерун	0,15
Шрі-Ланка	0,90	Сент-Кітс і Невіс	0,32	Сенегал	0,14
Об'єднані Арабські Емірати	0,90	Ліван	0,32	Бельгія	0,13
Нігерія	0,83	Греція	0,32	Білорусь	0,13
Ботсвана	0,83	Сербія	0,32	Оман	0,13
Єгипет	0,83	Камбоджа	0,31	Гренада	0,13
Тайвань	0,83	Кіпр	0,31	Фінляндія	0,13
Кенія	0,82	Румунія	0,31	Зімбабве	0,12
Швейцарія	0,77	Литва	0,30	Катар	0,12
Саудівська Аравія	0,75	Замбія	0,30	Хорватія	0,12
М'янма	0,74	Казахстан	0,30	Того	0,12
Швеція	0,69	Куба	0,29	Південний Судан	0,11
Італія	0,64	Естонія	0,28	Кувейт	0,10
Таїланд	0,63	Мальта	0,27	Ангола	0,10
Республіка Корея	0,63	Марокко	0,26	Еритрея	0,09
Іспанія	0,62	Словацька Республіка	0,26	Еквадор	0,09

Джерело: розраховано автором за даними [403].

Як бачимо, в інтернет-середовищі найбільшою мірою присутня позитивна інформація про економіку ЄС (власне ЄС та щодо країн членів). США і Китай розміщуються на другому і третьому місцях, але їх індекс непропорційно менший ніж індекс ЄС з урахуванням співвідношення їхніх ВВП. Навіть додавання Гонконгу до результатів щодо материкового Китаю це не виправляє. Проте цілком імовірною причиною таких диспропорцій може бути недолік використаного нами методу. Якщо пошуковий сервіс подає понад 300 результатів, то є ризик того, що він технічно обмежує кількість виданих результатів. З огляду на це, наприклад, у наших результатах США випереджає Китай, а ЄС їх обох внаслідок додавання результатів щодо кількох країн (ЄС) або альтернативних назв країн (США).

Для того, щоб перевірити це, ми для США, Китаю та сумарно щодо Індії, Німеччини та Японії (три наступні найбільші економіки) порахували кількість позитивних (P) та негативних повідомлень (N) за несхожими сторінками та їх аналоги за попередньо оціненій Google сукупній кількості веб-сторінок (y млн). Ми порахували пропорції між ними для Індії, Німеччини та Японії і, поділивши на одержаний коефіцієнт оцінену сукупну кількість веб-сторінок для Китаю та США, одержали модифіковані значення P та N . У випадку Китаю вони були не більше базових P та N . А у випадку США лише модифіковане значення P перевищувало суттєво базове P . Зважаючи на це SEP Китаю 4,83 % є достатньо правильною оцінкою сили його економічного іміджу. У випадку США SEP на основі базового і модифікованого P становлять 12,54 % та 28,04 %, відповідно. Справжня величина SEP перебуває, імовірно, між цими значеннями, оскільки результати на основі модифікованого P можуть бути завищеними внаслідок використання в пошуковому запиті трьох альтернативних назв США (в інших країнах використовують зазвичай одну, максимум дві назви). Відповідно, SEP усіх інших країн тоді має бути помножений на понижувальний коефіцієнт, який має значення від 0,823 до 1, щоб сума всіх SEP дорівнювала 100 %.

Порівняно з ЄС результатів пошуку щодо інших інтеграційних утворень набагато менше, тому індекс SEP стосовно них ми не розраховували. Зазначимо також, що помітна частина країн посідають неочікувано високі (наприклад, Нова Зеландія) або низькі (наприклад, Бельгія) позиції порівняно з інтуїтивними уявленнями.

У табл. 2.13 показані країни-лідери за абсолютною кількістю позитивних повідомлень, негативних повідомлень та їх суми. Як бачимо, високі позиції у рейтингу (3-є місце) негативних повідомлень займає Греція, що з одного боку відображає об'єктивні проблеми в економіці, а з іншого – можливо свідчить про надмірне зосередження в інформаційному полі на цих проблемах.

**Таблиця 2.13. Кількість економічних повідомлень
щодо країн / економік у 2015 р.**

Країна	P_i	Країна	N_i	Країна	P_i+N_i
США	767	США	609	США	1376
Китай	320	Китай	297	Китай	617
Німеччина	199	Греція	120	Німеччина	308
ЄС	195	Велика Британія	117	Велика Британія	304
Велика Британія	187	Німеччина	109	ЄС	271
Росія	185	Японія	97	Росія	259
Індія	175	ЄС	76	Індія	236
Канада	132	Росія	74	Японія	215
Японія	118	Канада	64	Канада	196
Австралія	114	Іспанія	64	Греція	162
Нова Зеландія	109	Індія	61	Австралія	149
ПАР	88	Франція	44	Нова Зеландія	133
Іран	86	Пакистан	43	Іран	126
Польща	69	Іран	40	ПАР	114
Мексика	62	Австралія	35	Іспанія	113

Джерело: розраховано автором за даними [403].

У табл. 2.14 показані країни з найбільшою або найменшою абсолютною різницею між кількістю позитивних і негативних повідомлень. Для більшості країн характерна позитивна різниця (77,1 %), для меншості – нульова (7,4) або негативна (15,4 %). Зважаючи на це не можна не враховувати активний вплив PR-технологій. Лідери в негативному рейтингу – це переважно країни Південної Європи та Зімбабве.

**Таблиця 2.14. Різниця між позитивними
та негативними повідомленнями щодо країн у 2015 р.**

Країна	P_i-N_i	Країна	P_i-N_i
США	158	Еквадор	-2
ЄС	119	Туніс	-2
Індія	114	Хорватія	-4
Росія	111	Бахрейн	-4
Німеччина	90	Латвія	-4
Нова Зеландія	85	Албанія	-4
Австралія	79	Ямайка	-4

Закінчення табл. 2.14

Країна	$P_i - N_i$	Країна	$P_i - N_i$
Велика Британія	70	Молдова	-4
Канада	68	Ємен	-5
ПАР	62	Венесуела	-6
Польща	53	Аргентина	-7
Індонезія	52	Пакистан	-7
Іран	46	Гамбія	-7
Туреччина	45	Суринам	-8
Філіппіни	42	Боснія і Герцеговина	-9
Сингапур	41	Косово	-12
Мексика	39	Іспанія	-15
Бразилія	34	Португалія	-16
Україна	33	Зімбабве	-18
В'єтнам	32	Греція	-78

Джерело: розраховано автором за даними [403].

У табл. 2.15 показані країни з найбільшим і найменшим відношенням індексу SEP до частки у світовому валовому продукті за методом ПКС (GDP_{si} – за даними [578]) у групах із сукупною кількістю повідомлень, принаймні 20 (де точність індексу невелика), принаймні 50 (точність індексу середня) і принаймні 100 (точність індексу найбільша).

Таблиця 2.15. Відношення індексу сили економічного іміджу щодо країн / територій світу у 2015 р. до їх часток у світовому валовому продукті у 2014 р.

Країни з $P_i + N_i > 19$		Країни з $P_i + N_i > 49$		Країни з $P_i + N_i > 99$	
Країна	SEP_i / GDP_{si}	Країна	SEP_i / GDP_{si}	Країна	SEP_i / GDP_{si}
Сьєрра-Леоне	41,56	Нова Зеландія	17,75	Нова Зеландія	17,75
Ботсвана	25,18	Гана	5,58	ПАР	3,07
Грузія	17,94	Ірландія	4,55	Австралія	2,54
Нова Зеландія	17,75	Ізраїль	4,30	Канада	1,78
Малаві	13,61	Україна	3,52	Велика Британія	1,43
Кіпр	12,54	Сингапур	3,11	Іран	1,38
...		...		...	

Закінчення табл. 2.15

Країни з $P_i+N_i>19$		Країни з $P_i+N_i>49$		Країни з $P_i+N_i>99$	
Країна	SEP_i/GDP_{si}	Країна	SEP_i/GDP_{si}	Країна	SEP_i/GDP_{si}
Республіка Корея	0,38	Іспанія	0,43	США	0,79
Італія	0,33	Франція	0,42	Індія	0,56
Венесуела	0,31	Бразилія	0,40	Японія	0,43
Китай	0,29	Республіка Корея	0,38	Іспанія	0,43
Португалія	0,19	Італія	0,33	Франція	0,42
Аргентина	0,17	Китай	0,29	Китай	0,29

Джерело: розраховано автором за даними [403, 578].

Як ми бачимо, помітно краща ситуація в англomовних країн (найхарактерніший приклад – Нова Зеландія). І навпаки, помітно гірше представлена інформація щодо неанглomовних великих країн. Імовірно, значна частина їх інтернет-присутності сформована в іншому мовному сегменті, що не враховано нашим індексом. З одного боку, це не є проблемою: все ж таки більшість впливової аудиторії налаштована на використання англійської мови. З іншого боку, наприклад, французька або іспанська мови мають потужний вплив у багатьох країнах, тому розрахована нами сила економічного іміджу Франції та Іспанії виглядають недооціненими.

Оптимістичною є картина щодо України, проте в даному випадку як і в деяких інших є проблеми в повторному рахунку схожих повідомлень: хоча пошуковий сервіс Google намагається уникати дублювання інформації в одержаних повідомленнях, іноді це залишається проблемою і впливає на результати. Також не можна повністю не враховувати ефект перенаправлення в пошуковому сервісі на локальні джерела інформації, пов'язані з місцем розташування користувача.

Всеяке оптимізм також інформація щодо деяких країн Африки. Проте тут, як і в багатьох інших випадках, не можна виключати ефект контрасту з базою порівняння. За низької бази порівняння (наприклад, менший рівень економічного розвитку) навіть

невеликий позитив є новиною. А якщо база порівняння є високою (високий рівень економічного розвитку), то будь-яке погіршення стає новиною, а добрий стан розуміють як норму, що не так часто приводить до інформаційних повідомлень. Це, можливо, пояснює, наприклад, чому США (найрозвиненіша велика економіка) та Китай (найдинамічніша велика економіка) є лідерами за кількістю як позитивних, так і негативних повідомлень.

Проблемою також є те, що іноді не повною мірою вдається розподілити повідомлення на позитивні та негативні (наприклад, у тексті насправді йдеться про необхідність поліпшення економічної ситуації, а не про добрий економічний стан). Проте проведення детальнішого контент-аналізу суттєво може посилити витратність запропонованого нами методу. Також щодо малих країн кількість повідомлень невелика, тому результати стосовно них навряд чи точні.

Незважаючи на непоодинокі відхилення від інтуїтивних очікувань, у більшості випадків усе ж індекс *SEP* відображає реальний стан справ й об'єктивні передумови для іміджу економіки країни. Наприклад, на користь цього свідчить висока кореляція індексу *SEP* із часткою країни у світовому валовому продукті. Коефіцієнт кореляції становить 0,85 при рівні значущості $p < 0,01$ за *t*-критерієм (розраховано за: [403, 578]).

Висновки

Ми можемо виокремити три класи методів оцінки м'якої сили, іміджу та бренда країни: методи на основі опитувань, методи на основі статистичних показників та інфометричні методи. В окремих методах ці підходи попарно поєднуються (статистичні дані та результати опитування, інфометричні оцінки та статистичні дані).

Методи на основі опитувань безпосередньо вимірюють враження людей, ураховують найсвіжішу інформацію, мають низькі ризики помилок інтерпретації, але є витратними, охоплюють обмежену кількість країн, можуть бути чутливими до формулювань запитань.

Методи на основі статистичних даних базуються переважно на об'єктивних показниках, менш витратні при застосуванні

зовнішніх даних, придатні для великої кількості країн, мають низькі ризики помилок інтерпретації та нерепрезентативності вхідних даних, але вимірюють силу іміджу за факторами чи наслідками (а не безпосередньо), чутливі до лагу публікації статистичних даних і методу зважування різних складових показників, якісні показники основані на суб'єктивних експертних оцінках. Оцінки подають переважно в порядковій шкалі, а не метричній – виняток становить оцінка вартості національного бренду компанією Brand Finance.

Інфометричні методи охоплюють наукометричні, вебметричні методи та контент-аналіз відомих засобів масової інформації. Позитивну інформацію можна розглядати як інформаційні активи країни, негативну – як пасиви. Вебметричні методи можуть враховувати кількість веб-сторінок, пошукових запитів користувачів Інтернету, відвідувань веб-сторінок або часу, проведеного при їх перегляді. Інфометричні методи безпосередньо оцінюють імідж в інформаційному просторі, маловитратні за умов автоматизації, теоретично придатні для всіх країн, подають результати в метричній шкалі, ураховують поширеність інформації про країну, останню та більш ранню інформацію, але імідж у свідомості людей оцінюють опосередковано, витратні за умов детального контент-аналізу, не завжди правильно розрізняють позитивну та негативну інформацію, чутливі до мовного фактору, PR-кампаній, вибору джерел інформації (конкретних засобів масової інформації, баз наукових робіт, пошукового сервісу). Методи, що відслідковують кількість пошукових запитів, переважно оцінюють сукупну зацікавленість країною, а не позитивне чи негативне ставлення до неї.

Існуючі методи часто акцентують увагу на окремих сферах (туризм, країна походження товарів, інвестиційна привабливість тощо), абстрагуються від рівня поширеності інформації про країну (тобто вимірюють імідж, а не його силу), чутливі до методу зважування компонентів або придатні для вузького спектра країн. Вони часто подають рейтинги країн у порядковій шкалі, а не метричній, тому на їх основі важко визначити, у скільки разів економічний імідж однієї країни сильніший за імідж іншої. Крім того, переважають методи оцінки загальної м'якої сили й іміджу

країни, а не їх економічної складової. Різні методи можуть давати більш консервативні або мінливі оцінки. В індексах твердості та м'якої економічної сили іноді використовують схожі показники.

Існуючі рейтинги національних брендів та іміджу показують, що серед лідерів переважно найбільші розвинені країни, країни Північної Європи, Швейцарія, Нова Зеландія, Ірландія, Нідерланди, Китай, іноді розвинені країни Східної Азії та Близького Сходу. За різними методами загальних оцінок перше місце посідають США, Японія, Німеччина, Китай, Швеція, Ірландія або Сингапур. Регіональними лідерами в менш брендових регіонах можна назвати Пуерто-Ріко і Бразилію в Латинській Америці, Об'єднані Арабські Емірати та Кувейт на Близькому Сході та Північній Африці, ПАР в Африці південніше Сахари, Росію в регіоні СНД.

За окремими вимірами лідери такі: привабливість для інвестицій – Японія, США, Китай, Швейцарія, Сингапур або Індія, країна-експортер – Японія, США, Китай або Швейцарія, проживання і робота – Швейцарія або США, туризм – Іспанія, Італія, США або Канада, навчання – Канада, вплив економічної науки – США, кількість публікацій у провідних засобах масової інформації – США і Велика Британія. Галузевими лідерами за репутацією експортерів є Франція (продукти харчування і напої), США (товари особистого догляду та модні вироби), Німеччина (автомобілі), Японія (електроніка), Швейцарія (товари розкоші).

Україна узагальнено займає середні, іноді слабкі місця: 74-те із 75, 68-ме зі 100 чи 191-ше із 200 країн за оцінкою бренда, 50-те із 70 за репутацією, 99-те зі 125 за внеском у загальнолюдське благо, 52-ге із 245 за пошуковими запитами в інтернеті, 22-ге із 245 або 34-те зі 180 за інвестуванням, 54-те із 245 за експортом, 57-ме із 245 як місце для проживання, роботи чи навчання, 85-те із 245 за суспільно культурною сферою та урядуванням, лише 74-те зі 180 або 98-ме із 245 для цілей туризму.

Існують регіональні та цивілізаційні закономірності розподілу м'якої сили основних економічних і політичних центрів. Більшу сферу ментального впливу має США, потім Китай, ЄС і Росія. Останнім часом розподіл м'якої сили у світі змістився із тримультиполярного (США, Китай, ЄС) ближче до бімультиполярного (США, Китай).

У сфері впливу США перебувають низка країн Африки та традиційні союзники, та навпаки, найгірше ставляться переважно в ісламських країнах та Росії. У сфері впливу ЄС перебувають, принаймні, Німеччина, низка постсоціалістичних країн і частково Республіка Корея та Японія. У ставленні до ЄС менше контрастів, ніж у ставленні до США. У сфері впливу Китаю переважають азіатські й африканські країни, а гірше ставляться Японія, Індія та деякі країни Європи. Найкраще ставлення до Росії у В'єтнамі, Гані та Китаї, найгірше – у Пакистані, Польщі та Туреччині. Україна традиційно перебувала у сфері впливу м'якої сили Росії та ЄС, але останнім часом переорієнтувалася на ЄС та США і різко погіршила ставлення до Росії.

У ставленні до окремих пар центрів прослідковувалася позитивна кореляція за просторовими даними, що дозволяє виокремити макроцентри м'якої сили (або перетини сфер ментального впливу): західний (США + ЄС), Північноєвразійський (ЄС + Росія) та Східний (Росія + Китай). А в позитивному ставленні до США або Китаю відбувається поляризація.

Лише щодо м'якої сили ЄС прослідковується чітка економічна компонента, імідж якого помітно погіршився в умовах економічної нестабільності, але все ще може поліпшитися за умов подолання наслідків кризових явищ. В іміджі США та Росії більше політичної складової, Китаю – імовірно, поєднання економічної та політичної компонент. Найкраще ставлення до всіх центрів сили серед молодого покоління в Африці та Східній Азії. Найгірше – у країнах району Близького Сходу та Південної Азії.

Парадоксальним висновком є те, що внутрішній економічний імідж відносно гірший у розвинених країнах й особливо у країнах Середземномор'я (Південна Європа і район Близького Сходу). Імовірно, у них недостатньо відчуються перспективи поліпшення економічної ситуації на тлі подолання наслідків економічної кризи та вищих темпів економічного зростання в менш розвинених країнах. Найкращий внутрішній економічний імідж у низці країн Африки й Азії, включаючи Китай та Індію. Серед країн БРІКС гірша ситуація в Росії та Бразилії. В Україні ставлення до поточної економічної ситуації одне з найгірших, але є

обережний оптимізм щодо поліпшення ситуації особливо в довготерміновій перспективі.

Нами розроблені власні вебметричний індекс м'якої економічної сили країни (*SEP*), індекс економічного іміджу (*EI*), індекс іміджу, зважений за економічною силою країн-респондентів (*WII*), індекс сукупної економічної сили (*TEP*). На відміну від індексу економічного іміджу *EI* індекс м'якої економічної сили країни *SEP* враховує не тільки частку позитивної інформації про країну в усіх повідомленнях про неї, а й частку позитивної інформації про країну в інформації про всі країни. Індекс *WII* враховує більшу цінність позитивного ставлення до країни з боку тих країн, що володіють більшими ресурсами та впливовіші в межах глобального управління. Індекс *TEP* оцінює можливості країни користуватися як своєю економічною силою так і силою інших країн за рахунок співпраці.

Переваги нашого вебметричного індексу *SEP* полягають у низьких витратах за рахунок автоматизації контент-аналізу, використанні метричної шкали та безпосередньому відображенні частки країни в інтернет-просторі з поправкою на співвідношення позитивної та негативної інформації, можливості розрахунку для великої кількості країн, урахування найостаннішої та більш ранньої інформації. З іншого боку, індекс *SEP* має свої обмеження: урахування лише англomовного сегменту, неповне вилучення випадків подвійного обрахунку, ефект бази порівняння, недосконала класифікація повідомлень на позитивні та негативні, неточність результатів щодо менш відомих країн, чутливість до PR-кампаній. Проте поліпшення можливостей пошукових сервісів, детальніший контент-аналіз або поєднання використання індексу *SEP* з методами на основі опитування чи об'єктивних факторів іміджу може суттєво посилити точність результатів.

Тестування запропонованого нами вебметричного індексу для вимірювання сили економічного іміджу показало додаткові його переваги – легкість інтерпретації та помітний зв'язок з об'єктивною основою (кореляція з ВВП на рівні 0,85). Він показує, що на основні західні глобальні економічні центри (ЄС, США) припадає близько 35–45 % м'якої економічної сили країн світу. З помітним відривом наступними країнами у рейтингу є

Китай (5–6 %), Росія та Індія (майже по 4 кожна), Нова Зеландія, Канада, Австралія, ПАР, Японія (близько по 2–2,5 %). У межах ЄС найбільша величина в Німеччині та Великої Британії (третина від величини сили ЄС). А наднаціональна надбудова ЄС забезпечує фактично 20 % м'якої економічної сили ЄС.

Іноді результати суперечать інтуїтивним уявленням. За рахунок дублювання інформації виявився завищеним індекс для України (1,2 %) та деяких інших країн. У мережі для більшості країн переважає позитивна економічна інформація. Цілком можливо, що це може бути й наслідком PR-кампаній. Проте непропорційно більше представлено негативної інформації особливо щодо Греції, а також Зімбабве та деяких країн Південної Європи. Щодо маловідомих країн результати не є надійними. Подекуди виявляються спотворюючі ефекти бази порівняння, коли середні показники є гарною новиною у менш успішних країнах і поганою – у країнах-лідерах, висвітлення нормативної інформації замість позитивної або у випадку США технічні обмеження пошукового сервісу.

Порівняно з часткою у світовому ВВП часто непропорційно більшою силою економічного іміджу володіють повністю або частково англосовітські країни (Нова Зеландія, Гана, Ірландія, Сингапур, Південна Африка, Австралія, Канада, Велика Британія тощо). Непропорційно нижчий результат демонструють країни, що мають власний потужний мовний сегмент (Китай, Італія, Республіка Корея, Бразилія, Франція, Іспанія, Японія, Індія тощо), але це не стосується Росії та Німеччини.

2.3. Оцінка економічної впливовості субнаціональних і міжнародних суб'єктів

Хоча держави є важливим суб'єктом економічної сили на міжнародній арені, значною частиною економічної сили володіють і суб'єкти міжнародного, наднаціонального, транснаціонального чи субнаціонального рівнів. Їх дії можуть посилювати або послаблювати економічну силу країни. Зважаючи на це країні вигідно використовувати їх як додатковий інструмент,

спрямовуючи їхні ресурси та повноваження на розв'язання актуальних завдань.

Комплексний аналіз суб'єктів економічної сили наднаціонального та субнаціонального рівнів здійснювали Ю. Гайдай, С. Джонс, Т. Кальченко, Л. Кібальник, В. Кундиревич, Д. Лук'яненко, А. Поручник, Г. Тревертон. Частина вчених концентрували увагу на окремих групах суб'єктів економічної сили: О. Арін, С. Економідес, Дж. Міклер, Ф. Перру, О. Рогач, Л. Руденко-Сударева, В. Сіденко, Я. Столярчук, П. Уільсон, Дж. Харріс, Д. Шамбо (ТНК і державні компанії), В. Додонов, В. Колосова, Дж. Пінсін (міжнародні організації), А. Кудрявцев, І. Алексєєнко (інтеграційні утворення), Г. Солодковська, Т. Циганкова (коаліції країн), О. Дацко, Н. Мікула, А. Мокій, О. Швиданенко (регіони країн), А. Кадена, Р. Доббс, Ф. МакКенн, І. Кицюк, О. Кузнецов, В. Орловська, Н. Павліха, Дж. Ремес, Н. Слука, Дж. Фрідманн, В. Чужиков (міста), Б. Стоукс (фізичні особи). На рівні інституцій ці проблеми розглядались у James A. Baker III Institute for Public Policy, корпорації RAND, рейтингах журналу Forbes.

У зазначеній главі ми маємо на меті визначити недержавних суб'єктів економічної сили та їх роль у формуванні економічної сили країн [255, 259]. Ми також застосовуємо власну методику оцінку впливовості економічних суб'єктів різного рівня на основі наукометричного підходу.

Роль недержавних суб'єктів. Л. Кібальник вважає одними з основних суб'єктів геоekonomіки, крім національних економик, також і ТНК, міжнародні організації та інтеграційні утворення [89]. А. Поручник і Ю. Гайдай виокремлюють такі недержавні центри влади:

- мережеві структури глобального типу (ТНК, бізнес-асоціації тощо);
- формальні міжнародні організації;
- "неформальні центри сили" (G 7/8, клуби кредиторів, Давоський форум);
- центри генерування знань (інноваційні кластери, університети, венчурні компанії тощо);
- регіони;

- глобальні міста;
- глобальні засоби масової інформації тощо [162].

Г. Тревертон і С. Джонс, узагальнюючи результати семінару, організованого корпорацією RAND разом з іншими установами, зауважують, що недержавні суб'єкти сили охоплюють широкий спектр утворень від терористів і наркоторговців до лоббістських груп, дослідницьких установ і приватних корпорацій. Держави мають оперувати в межах системи, що охоплює й ці суб'єкти та транснаціональні сили, які вони утворюють [558, с. х]. Вони їх класифікують, характеризують їхню сферу діяльності, обмеження та показники економічної сили:

- Приватні корпорації – здійснюють ринкові операції та регулюються державою. Їх економічну силу характеризують такі показники, як прибуток, частка ринку, фінансові ресурси, людський капітал, технології, інформація.

- Недержавні організації та громадянське суспільство – надають інформаційну допомогу, але сконцентровані на вузькій проблемі, самі не можуть вести політику, а лише підтримують певну політику. На нашу думку, їх економічну силу визначають фінансові, інформаційні та людські ресурси.

- Міжнародні організації – розміщують фінансові ресурси, дають сигнали про можливості інвестування, але мало впливають на потужні країни. Їхня економічна сила характеризується ресурсами та розміром.

- Регіональні економічні організації – сприяють економічному зростанню значною мірою завдяки торгівлі, але основна економічна сила залишається зазвичай на рівні держав. Показники економічної сили – величина та розмір торгівлі (на нашу думку, для них як і для міжнародних організацій також важливою характеристикою є бюджет і повноваження у сфері економічної політики).

- Терористи та кримінальні картелі – здійснюють злочинну діяльність у тому числі в економічній площині або вона має економічні наслідки для інших суб'єктів. Їх економічну силу характеризують різні ресурси.

- Віртуальні мережі – впливають на ідеї та погляди користувачів (зокрема й на економічну поведінку економічних агентів),

але вони володіють радше м'якою силою, а не твердою. Їх силу визначають кількість відвідування веб-сайтів, кількість передплатників [558, с. 14].

Учені також зауважують, що існує тенденція перерозподілу сили на користь недержавних суб'єктів, з огляду на такі міркування:

- держава не володіє монопольним доступом до інформації;
- революція в інформаційних технологіях перерозподілила діяльність від урядів до інших суб'єктів, оскільки ринки реагують швидше за уряд;
- виникли нові канали інформації та нові голоси, яким довіряють;
- низька вартість передачі інформації призвела до того, що стало легше координувати великі та фізично відокремлені групи;
- уряди є консервативними структурами за своєю природою, тому зміни часто ініційовані недержавними суб'єктами;
- інформаційні технології змінили поняття кордонів у часі та просторі [558, с. хі].

Т. Кальченко і В. Кундиревич також стверджують, що перерозподіл повноважень від національних держав продовжиться і вгору, і вниз. Повноваження концентруватимуться в кожній сфері на тому рівні, де це буде найефективніше [78]. Охарактеризуємо можливості кожного з видів суб'єктів та їх зв'язок з економічною силою країни.

Компанії та інші бізнес-структури. Головним таким суб'єктом можна вважати компанії (та банки), особливо ТНК. За своєю величиною провідні компанії виявляються сильнішими самі по собі за багато держав та організацій. Д. Лук'яненко і Т. Кальченко зазначали, що Exxon Mobil із персоналом менше 100 тис. працівників генерував майже однакову додану вартість із Пакистаном з населенням понад 140 млн осіб [109]. Дж. Міклер також зауважував, що у 2008 р. Exxon Mobil мала обсяг продаж 460 млрд дол. Для порівняння 402 млрд дол становив дванадцятий найбільший державний бюджет у світі – Нідерландів. А 20 найбільших корпорацій мали обсяг продажів 4310 млрд дол, що трохи перевищувало суму найменших 163 державних бюджетів країн або суму ВВП 137 найменших країн світу. При цьому найбільші світові регулюючі організації

також мали значно скромніші бюджети: ООН – 4,2 млрд дол, СОТ 171 млн дол [461, с. 44–45].

А. Поручник і Я. Столярчук з'ясували, що ТНК контролювали до 50 % промислового виробництва у світі, 40 % засобів виробництва, 75 % торгівлі товарами та послугами, 80 % патентів, у них були зайняті 20 % робочої сили [161]. У 2011 р. філії ТНК продали товарів та послуг на суму 27,8 трлн дол, а їх активи були варті 82 трлн дол [174]. Відбувається концентрація ресурсів на користь найбільших ТНК, які переважно контролюють планетарні ресурси, що дає привід науковцям говорити про нові форми неоколоніалізму [176].

З іншого боку, держави залишаються ключовими суб'єктами у світовій економіці. Частка витрат державного бюджету у ВВП зросла із 2007 до 2010 р. у 10 найбільших країнах світу (за ВВП) завдяки світовій фінансовій кризі. Проте в половині з них зростання цієї частки відбувалося навіть до кризи – із 2000 по 2007 рр. Ця тенденція свідчить проти міфу про безсилу державу в сучасному світі [461, с. 49].

Насправді економічна сила держави може посилюватися, коли в ній розвиваються великі промислові корпорації та міжнародні фінансово-промислові групи [149]. Ф. Перру вважає, що країна схильна до домінування, коли в неї є сильні олігополії у сфері стратегічно важливих товарів і послуг, а переговорна сила посилюється урядом [436, с. 8–9]. Т. Фролова зазначає, що завдяки ТНК уряди найбільших країн можуть впливати на фінансові системи інших країн, їх національні ринки, перерозподіляти доходи в межах глобальної економічної системи [222]. Дж. Міклер приходять до висновку, що важливими є взаємовідносини між корпораціями та державами, а не проведення штучної межі між корпораціями як гравцям ринку та державами як політичними гравцями [461, с. 51].

В. Сіденко стверджує, що термін транснаціоналізовані стосується національних економічних агентів, які виходять за межі національних кордонів, і лише глобалізовані економічні агенти втрачають зв'язок із національною економікою [520]. Ми можемо зауважити, що справжні глобалізовані ТНК є рідкістю. Незважаючи на процеси транснаціоналізації, корпорації не стали

повністю глобальними без прив'язування до конкретного місця. У 2010 р. із 500 найбільших компаній за ринковою капіталізацією за рейтингом Financial Times 33 % мали штаб-квартири у США, 8 – у Китаї, 8 – у Японії, 6 – у Великій Британії, 6 – у Франції, 5 – у Канаді, 4 – у Німеччині, 3 – в Індії, 3 – у Швейцарії, 3 % – в Австралії [461, с. 52].

У 2008 р. індекс транснаціоналізації для 20 найбільших компаній світу становив у середньому 58 %. При цьому ТНК є переважно регіональними ніж по-справжньому глобальними. З 1993 по 2008 рр. індекс транснаціоналізації 100 найбільших ТНК зріс із 53 до 58 % і такими темпами знадобиться ще 30–40 років, доки він досягне 75 %. Індекс транснаціоналізації найбільших компаній, що базуються в таких потужних країнах як США, Японія та Німеччина, є нижчим – 51, 52 і 55 %, відповідно [461, с. 53–54]. Це є логічним, оскільки зазначені країни самі по собі мають ємний ринок і значні ресурси.

До того ж у майбутньому можуть виявитися стримуючі фактори для транснаціоналізації, ураховуючи зменшення ефективності інвестицій у приймаючих країнах, таких як Китай та Індія, або орієнтацію на локальні стратегії у випадку підвищення цін на енергоносії. Побутує думка, що більш національно орієнтованими є власність і контроль порівняно з активами, робочою силою або продажами. У часи криз корпорації шукають підтримку насамперед в урядів країн базування [461, с. 56]. О. Арін оперує терміном державно-монопольний капіталізм країни, характеризуючи, зокрема, одну із функцій держави як захист своїх ТНК на світовій арені [12, с. 232].

Також С. Економідес та П. Уільсон стверджують, що ТНК часто обмежені у своєму бажанні реалізовувати економічну силу з боку акціонерів, споживачів та урядів. Вони можуть бути вразливими до громадської думки, засобів масової інформації, можливості судових позовів, акцій громадської непокори, зміни політики уряду, втрати ринку [366, с. 189].

Ураховувати необхідно й специфіку державних компаній. З одного боку, їх можна розглядати як агентів держави, що можуть переслідувати не лише комерційні цілі. Наприклад, ідеться про створення національних нафтових компаній у власності

держав (Saudi Aramco, Rosneft, Nigerian National Petroleum Co., Petroleos de Venezuela). У 2005 р. державні компанії контролювали 77–83 % доведених нафтових запасів світу [308].

З іншого боку, їх поведінка може бути досить самостійною від уряду. Наприклад, близько 21 % виробленої китайськими компаніями нафти продають закордон на міжнародному ринку, оскільки ці компанії у своїй діяльності надають перевагу прибутку над політичними мотивами [414]. Схожої думки щодо ділової поведінки китайських державних компаній також Д. Шамбо [516, с. 69].

Міжнародні організації. Вплив країн у межах міжнародних організацій і регіональних інтеграційних утворень також неоднаковий. Наприклад, у МВФ та Світовому банку традиційно домінуючим є вплив США та ЄС. Практично всі його фахівці здобули освіту в США чи ЄС, що призвело до стандартизованих, іноді навіть помилкових, антикризових порад, що викликало незадоволення ідеологічним і кадровим впливом США та ЄС на МВФ, зокрема з боку азіатських країн [93].

Зазначають і про непропорційне представлення голосів. В. Додонов звертає увагу на те, що при 32-відсотковій квоті в МВФ частка ЄС у світовому ВВП становила 25 % (або 20 % за ПКС). Тривалий час квота Китаю становила лише 4 %, коли його частка у ВВП вже становила 10,5 % (14,3 %). І навіть збільшення квоти до 6,4 % не відповідає внеску Китаю у світовий ВВП. Практика представництва у виконавчій раді МВФ однією країни групи країн також впливає на співвідношення сил. Наприклад, за рахунок цього сукупна частка акцій групи під керівництвом Швейцарії майже вдвічі перевищували частку акцій МВФ самої Швейцарії [64].

В огляді семи праць попередників Дж. Пінсін знаходить докази того, що МВФ надає більше грошей урядам країн, пов'язаним із США, або принаймні ЄС, або голосуючим разом із Великою сімкою у Генеральній асамблеї ООН [495, с. 4].

Незважаючи на потужний регуляторний вплив, ресурси самих міжнародних фінансових організацій поступаються суверенним активам багатьох країн (валютні резерви, фонди суверенного багатства, державні корпорації, стабілізаційні фонди).

Наприклад, у 2012 р., коли резерви Китаю становили 3181 млрд дол, а Інвестиційна адміністрація Абу-Дабі (ОАЕ) мала 627 млрд дол, ресурси МВФ становили лише 365 млрд дол [64].

Зазначимо, що впливовість міжнародних організацій може коливатися. Наприклад, кілька років напередодні світової кризи 2008 р. склалася ситуація, що кредити МВФ майже не користувалися попитом внаслідок стабільності світової економіки: борг країн перед МВФ стабільно зменшувався. Однак криза різко підвищила значущість цієї організації, і не тільки для країн, що розвиваються.

Інтеграційні об'єднання. Деякі інтеграційні об'єднання з поглибленою інтеграцією, де сформований наднаціональний бюрократичний апарат і тісно пов'язані інтереси країн-учасників можна вважати суб'єктами економічної сили. Наприклад, ЄС за рахунок розширення компенсував відносно послаблення країн-членів у старому складі в умовах швидкого розвитку Китаю та деяких інших країн, що розвиваються. Це дозволяло зберігати свій вплив у світовій економіці. Також А. Кудрявцев зауважує, що інституції ЄС можуть впливати на м'яку силу цього інтеграційного утворення, перевагами якої можуть користуватися індивідуальні країни-члени [443, с. 9].

Усередині регіональних об'єднань також як і на глобальному рівні формуються осередки економічної сили та політичного впливу. Країни-лідери є ініціаторами об'єднання [6], що значною мірою впливають на рішення в межах інтеграційних блоків. Наприклад, у Митному союзі на той момент ЄвразЕС митні ставки були гармонізовані в переважній більшості випадків до рівня ставок Російської Федерації, відповідно економіка якої могла меншою мірою відчувати зміну правил торгівлі. У межах НАФТА домінуючий вплив здійснює США, корпорації яких достатньою мірою присутні в економіках Мексики та Канади. У політиці Європейського центрального банку часто відчувалися традиції монетарної політики, притаманні Німеччині.

З іншого боку, завдяки рівноправному членству інтеграційні утворення можуть посилювати малі країни, завдяки ефекту масштабу в економічній діяльності, взаємної стабілізації та більшій погодженій переговорній силі щодо третіх країн.

Коаліції. Крім міжнародних інституцій і наддержавних утворень, можуть існувати коаліції (наприклад Група 10) та неформальні угруповання країн ("Друзі риби"). Т. Циганкова і Г. Солодковська розглядають групи країн зі спільною погодженою позицією в міжнародних організаціях. При цьому формалізовані коаліції передбачають більший ступінь координації, орієнтованість на мету та стійкість до зовнішніх впливів ніж неформальні угруповання. Коаліції можуть поділятися на спеціалізовані й універсальні; інтеграційні, незалежні та змішані; гомогенні та гетерогенні (з однаковим і різним рівнем розвитку); прості та парасолькові (останні об'єднують кілька угруповань) [231]. Вони дозволяють своїм членам колективно використовувати свій вплив для досягнення економічних і політичних цілей.

Регіони. Економічна сила держави також багато в чому забезпечується економічним станом регіонів [120]. А. Мокій, Н. Мікула, О. Дацко звертають увагу на необхідність створення полюсів конкурентоспроможності на регіональному рівні [132].

Виділяються регіони лідери, де сконцентровано значну частину економічної активності та які є регіонами-донорами для державного бюджету, місцем базування провідних компаній або постачальниками ключових ресурсів: Північний Схід у США, Західна Європа в ЄС, Південний Схід у Китаї. Як зауважує О. Швиданенко, традиційно найбільш конкурентоспроможним регіоном в Україні є м. Київ [270]. Іноді навіть використовують термін "регіональна держава" (наприклад, Північна Італія, Баден-Вюртенбург, Силіконова долина) [109].

Депресивні, віддалені або малонаселені регіони відволікають частину ресурсів на себе, проте в довготерміновій перспективі можуть виявитися прибутковими внаслідок технологічних зрушень, кліматичних змін, винайдення корисних копалин, дифузії економічного розвитку, економічної політики тощо. Наприклад, здешевлення технологій морського перевезення зрідженого газу робить економічно обґрунтованим видобуток газу у віддалених або острівних районах. Глобальне потепління може посилити економічну привабливість північних регіонів. У ЄС відбувалася дифузія економічного розвитку на користь периферійних країн і регіонів.

Окрему категорію становлять регіони, які де-факто є невідомими квазідержавами (наприклад, Абхазія, Республіка Північного Кіпру, "зона племен" у Пакистані тощо) [109]. Політична невизначеність та економічна дезінтеграція в таких умовах є радше фактором послаблення економіки країни.

Міста. Субнаціональними центрами економічної сили також іноді вважають міста. Ф. МакКенн стверджує, що зі зростанням прозорості національних кордонів зростає роль міст-регіонів порівняно з національними державами [460]. В. Чужиков і В. Орловська зазначають, що міста стали важливими фінансовими та креативними центрами з визначальним впливом на світову економіку. У найбільших містах концентрується взаємодія факторів виробництва, зосереджуються управлінські послуги [267]. Д. Лук'яненко, Т. Кальченко зазначають, що міста глобального значення є "пульсами управління" світовою економікою, концентрують науковий, виробничий та фінансово-інвестиційний потенціал [109]. І. Кицюк і Н. Павліха зауважують, що міста як культурно-економічні центри є точками зростання у країні [86].

Можливості до ефективної кластеризації виробництв товарів і послуг у межах міських агломерацій та міст є складовою конкурентоспроможності всієї країни. Наприклад, 90 % економічного зростання у Китаї припадає на 602 найбільших міст [333, с. 12]. У Гонконгу сконцентровано близько 30 % активів мільярдів Китаю (розраховано за: [550]). У Лондоні існує найбільша концентрація іноземних банків і відділень, здійснювалося 18 % міжнародного банківського транскордонного кредитування, у 2008 р. концентрувалася третина міжнародної валютної торгівлі. На відміну від Нью-Йорка та Токіо, Лондон як фінансовий центр зорієнтований більшою мірою на міжнародний рівень [99]. Нині 600 міських центрів світу генерують 60 % світового валового продукту. Ця цифра буде подібною й у майбутньому, але склад цих міст зміниться [564]: серед них зростає вага великих міст у країнах, що розвиваються.

Існує навіть теорія світових міст, що виділяє їх за критерієм політичного впливу й економічної могутності (а не населеності чи статусу столиці найбільших країн). У таких місцях мешкають ключові фізичні та юридичні особи, які керують та визначають

відтворення світового капіталізму [191]. Як зауважує Дж. Фрідманн, світове місто має відповідати таким критеріям:

- відносно велика кількість населення,
- наявність штаб-квартир найбільших ТНК та міжнародних економічних організацій,
- статус світового фінансового центру,
- важливість як центру обробної промисловості,
- великий транспортний і комунікаційний вузол,
- розвинена сфера ділових послуг [385].

Проте більша величина міста не означає автоматично кращу якість і більшу економічну силу. Існує нелінійна залежність між продуктивністю на душу населення та кількістю населення міста, з максимумом продуктивності при населенні в кілька мільйонів жителів [460].

Міста також можуть додавати м'якої сили та поліпшувати національний бренд країни [348, с. 28]. Ю. Бочаров у 2010 р. розрахував, що кількість веб-сторінок зі словом Мінськ вдвічі більша, ніж зі словом Білорусь, з Києвом – становила 0,75 % від сторінок зі словом Україна, з Баку – 11,7 % від сторінок з Азербайджаном [28]. Припускаємо, що це може стосуватися й інших міст (наприклад Лондон, Рим) або регіонів (Голандія, Англія).

До рейтингу найвпливовіших міст FutureBrand увійшли: Нью-Йорк, Лондон, Пекін, Вашингтон, Москва, Токіо, Париж, Берлін, Шанхай, Дубаї, Гонконг, Сингапур, Нью-Делі, Сан-Паоло, Ріо-де-Жанейро, Лос-Анджелес, Рим, Торонто, Сеул, Мумбаї. Як бачимо, найвпливовіші міста розташовані в ЄС (4 міста), США (3), Китаї (3), Бразилії (2), Індії (2 міста) [348, с. 27].

Цінності та мережі, що їх підтримують. Ще однією транснаціональною силою є цінності. Ними не так легко маніпулювати, вони можуть мати неоднаковий вплив на держави [558, с. x-xi]. Цінності часто підтримуються не тільки державою, а й неурядовими організаціями, віртуальними мережами тощо.

На нашу думку, кожна цінність, ідеологія несуть у собі геополітичний і гео економічний аспект, незважаючи на свою можливість формальну космополітичність. Наприклад, якщо основна частина прибічників певної ідеології або ресурси, що їм належать, сконцентровані в певній країні або групі країн, то прибічники з решти світу можуть свідомо чи несвідомо діяти в інтересе-

сах тієї країни або групи країн. Хоча зворотний характер впливу також може існувати. Наприклад, абстрагуючись від неекономічних наслідків, поширення екологічних цінностей можуть:

- сприяти розвитку країн, що виробляють енергоефективне обладнання;
- збільшувати витрати на модернізацію, але і збільшувати рівень енергетичної безпеки країн;
- обмежувати зростання доходів країн-експортерів енергоносіїв;
- стабілізувати глобальний і регіональний попит на енергоносії внаслідок уникнення енергетичних криз та збереження родовищ;
- зменшувати витрати на охорону здоров'я;
- посилювати туристичну привабливість регіонів.

Нелегальні структури. Рівень поширення кримінальних та напівлегальних структур також впливає на розподіл економічної сили між країнами. Проблеми з безпекою, які вони створюють, призводять до прямих матеріальних втрат легальних суб'єктів та підвищеного попиту на зброю й інші засоби безпеки, а відповідно і на продукцію країн, які їх експортують.

Фізичні особи. Нарешті економічна сила країн також може визначатися впливовістю окремих особистостей. Це стосується, насамперед, великих власників, ключових державних діячів, менеджів найбільших компаній, провідних учених-економістів.

Наприклад, Б. Стоукс з'ясував, що у 2012 р. у Бразилії, Китаї, Індії, Мексиці, Росії, Туреччині резидентами були 320 мільярдів, порівняно із 203 у Європі та 425 у США [527]. Як частковий індикатор економічної сили можна використати також частку країни в кількості мільярдів або їх сукупному капіталі, які можна розрахувати на основі даних Forbes [550]. Проте створює проблеми частковий транснаціональний характер таких людей, нетотожність відносин власності та контролю, вплив розподілу доходів. У деяких країнах слабкі позиції в цьому рейтингу компенсуються силою інституцій (наприклад Японія), а в деяких, навпаки, високі статки мільярдів маскують нерозвиненість інституцій у країні.

У рейтингу Forbes [550] сумарні нетто-активи мільярдів і кількість мільярдів були розподілені у 2015 р. як зазначено в

табл. 2.16. Ми бачимо, що таким способом є недооціненою сила Японія, і можливо Великої Британії. На США припадає понад третини активів, що майже вдвічі більше ніж у ЄС та у 3–4,5 рази більше, ніж у Китаї. Подібну асиметрію пояснюють більшими доходами на душу населення та суттєвою нерівністю розподілу доходів у США. Зважаючи на це в даному випадку частка в кількості мільярдерів краще відображає розподіл багатства між країнами, ніж частка в нетто-активах. У Гонконгу сконцентровано близько 30 % активів мільярдерів Китаю. Росія та Індія посіли 5 і 6 місця. На Україну припадає лише 0,17 % активів.

Таблиця 2.16. Багатство і кількість мільярдерів у країнах у 2015 р.

Країна	Нетто-активи, млрд дол	Кількість, осіб	Частка у нетто-активах, %	Частка у кількості мільярдерів, %	Країна	Нетто-активи, млрд дол	Кількість осіб	Частка у нетто-активах, %	Частка у кількості мільярдерів, %
США	2567	537	36,39	29,34	Єгипет	23,5	8	0,33	0,44
ЄС	1437	343	20,37	18,74	Нігерія	23	5	0,33	0,27
Китай	565	213	8,01	11,64	ОАЕ	19,2	4	0,27	0,22
Німеччина	435	103	6,17	5,63	Колумбія	18,5	3	0,26	0,16
Росія	337	88	4,78	4,81	Кіпр	15,8	5	0,22	0,27
Індія	294	91	4,17	4,97	Чехія	15,5	5	0,22	0,27
Франція	253	47	3,59	2,57	Ліван	14	7	0,20	0,38
Гонконг	246	56	3,49	3,06	Україна	12	5	0,17	0,27
Бразилія	181	54	2,57	2,95	Польща	11,5	5	0,16	0,27
Велика Британія	171	53	2,42	2,90	Аргентина	11	5	0,16	0,27
Італія	156	39	2,21	2,13	Казахстан	10,8	5	0,15	0,27
Мексика	144	16	2,04	0,87	Нова Зеландія	9,9	2	0,14	0,11
Канада	135	39	1,91	2,13	Венесуела	9,6	3	0,14	0,16
Іспанія	116	21	1,64	1,15	Перу	8,8	6	0,12	0,33

Закінчення табл. 2.16

Країна	Нетто-активи, млрд дол	Кількість, осіб	Частка у нетто-активах, %	Частка у кількості мільярдерів, %	Країна	Нетто-активи, млрд дол	Кількість осіб	Частка у нетто-активах, %	Частка у кількості мільярдерів, %
Швеція	116	23	1,64	1,26	Бельгія	8,2	3	0,12	0,16
Швейцарія	99	29	1,40	1,58	Португалія	8,2	3	0,12	0,16
Японія	98	25	1,39	1,37	Фінляндія	8	5	0,11	0,27
Тайвань	82	33	1,16	1,80	Греція	7	3	0,10	0,16
Республіка Корея	78	30	1,11	1,64	Кувейт	5,9	5	0,08	0,27
Австралія	69	27	0,98	1,48	Марокко	5,3	3	0,08	0,16
Індонезія	56	23	0,79	1,26	Грузія	5,2	1	0,07	0,05
Таїланд	55	16	0,78	0,87	Монако	4,7	3	0,07	0,16
Сингапур	54	19	0,77	1,04	Свазіленд	3,9	1	0,06	0,05
Ізраїль	54	17	0,77	0,93	Ангола	3,3	1	0,05	0,05
Саудівська Аравія	52	10	0,74	0,55	Алжир	3,1	1	0,04	0,05
Туреччина	52	32	0,74	1,75	Танзанія	2,3	3	0,03	0,16
Філіппіни	51	11	0,72	0,60	Оман	2,2	2	0,03	0,11
Малайзія	49	12	0,69	0,66	Румунія	2,2	2	0,03	0,11
Чилі	40	12	0,57	0,66	Джерсі	1,8	1	0,03	0,05
Австрія	30	7	0,43	0,38	В'єтнам	1,7	1	0,02	0,05
Ірландія	30	5	0,43	0,27	Ісландія	1,3	1	0,02	0,05
Південна Африка	29	7	0,41	0,38	Непал	1,3	1	0,02	0,05
Нідерланди	28	9	0,40	0,49	Сент-Кітс і Невіс	1,2	1	0,02	0,05
Данія	26	5	0,37	0,27	Уганда	1,1	1	0,02	0,05
Норвегія	25	10	0,35	0,55	Гватемала	1	1	0,01	0,05

Джерело: розраховано автором за даними [550].

Звіт про світове багатство Capgemini and RBC Wealth Management містить дані про кількість і статки мільйонерів (за інвестиційними активами: не враховують основне житло, колекційні товари, споживчі товари та товари тривалого користування). У 2014 р. кількість мільйонерів нараховувала (у тис. осіб) у США 4351, Японії 2452, Німеччині 1141, Китаї 890, Великій Британії 550, Франції 494, Швейцарії 343, Канаді 331, Австралії 226, Італії 219, Індії 198, Нідерландах 190, Республіці Кореї 189, Іспанії 178, Саудівській Аравії 161, Бразилії 161, Росії 155, Кувейті 141, Гонконгу 138, Норвегії 127, Мексиці 125, Тайвані 125, Австрії 114, Аргентині 111, Сингапурі 107. Порівняно із 2013 р. найбільше зростання відбулося в Індії (26 %), Китаї (17), Кувейті (12), Тайвані (12), зменшення – у Бразилії (–6), Мексиці (–4), Росії (–3 %). Інвестиційні активи мільйонерів становили в 2014 р. (2010 р.) у Північній Америці 16,23 трлн дол (11,64), АТР 15,82 (10,82), Європі 12,97 (10,19), Латинській Америці 7,66 (7,27), Близькому Сході 2,28 (1,65), Африці 1,44 (1,15 трлн дол). Таким чином, інвестиційні активи мільйонерів були розподілені у 2014 р. (2010 р.) так: у США 28,8 % (27,3), АТР 28 (25,3), Європі 23 (23,9), Латинській Америці 13,6 (17), Близькому Сході 4 (3,9), Африці 2,6 (2,7 %) (розраховано за [549]). Як бачимо, відбулося явне посилення позицій АТР, невелике посилення у США та Близького Сходу, значне послаблення в Латинській Америці, невелике послаблення у Європі й Африці.

Узагальнено роль різних недержавних суб'єктів економічної сили подано в табл. 2.17.

Таблиця 2.17. Міжнародні, транснаціональні та субнаціональні суб'єкти економічної сили

Тип суб'єкта	Вплив на національні економіки	Індикатори економічної сили
ТНК та інші бізнес-структури	Контроль інвестиційних потоків, структури виробництва, вплив на технологічний розвиток. Збільшують економічні сфери впливу країн-базування. Сприяють економічному розвитку країн ядра, але ще більше напівпериферії	Прибуток, частка ринку, активи, людський капітал, сила корпоративного бренда
Міжнародні організації	Нерівномірне представлення країн в управлінні, одержанні фінансування. Рекомендації та регуляторні вимоги	Спектр повноважень, фінансові ресурси, ВВП країн-членів

Закінчення табл. 2.17

Тип суб'єкта	Вплив на національні економіки	Індикатори економічної сили
Інтеграційні утворення	Збереження або посилення економічної впливовості країн-членів, домінування найсильніших країн-членів, компенсаторні механізми для менш впливових країн	ВВП країн-членів, глибина інтеграції, міжнародні економічні транзакції всередині інтеграційного блоку, бюджет наднаціональних органів
Коаліції та неформальні групи країн	Посилення колективного впливу країн-учасниць в окремій сфері. Часто є інструментом впливу помірно великих країн та економік середньої величини.	Величина ВВП або економічної сфери країн-учасниць, що стала причиною формування коаліції
Регіони країн	Регіони-лідери забезпечують основну частину національної економічної сили. Депресивні, віддалені або малонаселені – за інших обставин можуть посилювати країну в довготерміновій перспективі. Неконтрольовані регіони – послаблюють	Валовий регіональний продукт, статус регіона-донора в державному бюджеті
Великі міста	Забезпечують більшу частину національної економічної сили	Валовий продукт міста, міжнародні фінансові потоки, присутність ТНК
Мережі та організації, що підтримують певні цінності	Залежно від характеру цінностей, посилюють економіки країн, які більш пристосовані до функціонування в умовах домінування цих цінностей	Фінансові, людські ресурси, присутність в інформаційному просторі, вплив на політику
Кримінальні структури	Економічні втрати країн, де здійснюють активність ці структури. Посилюють країн-експортерів засобів безпеки	Фінансові, людські ресурси, економічні зв'язки з легальними структурами
Фізичні особи	Посилюють економіку країни проживання, центру економічної активності. Послаблюють у випадку виведення капіталу за кордон, заміщення модернізації споживанням розкоші, корупції, управлінських або методологічних помилок	Власність, контрольовані активи, управлінські рішення під впливом ідей особи

Джерело: складено автором за результатами метадослідження та особисто.

Кількісна оцінка економічної сили на різних рівнях на основі контент-аналізу наукових досліджень. На нашу думку, непрямим свідченням змін у співвідношенні економічної сили

можуть бути зміни в частоті слів у наукових роботах з міжнародної економічної тематики.

Тенденції в економічних дослідженнях аналізувалися багатьма авторами. Наприклад, А. Кардозо, П. Гіммарес та К. Зіммерманн досліджували тенденції щодо регіонів і країн, звідки походять наукові статті з економічної тематики [335]. І. Лопес, Ж. Сільва, Е. Ребело та Г. Кастела аналізували тенденції популярності наукових напрямів у сфері туризму [452]. Д. Насімьєнто та А. Тейшейра з'ясовують тенденції щодо тематики досліджень і типи досліджень у сфері економіки інновацій [467]. М.-К. Дан та С. Васілаче аналізують частоту тем, пов'язаних зі способом життя людей (у т. ч. економічні аспекти) [351].

Ми провели контент-аналіз назв наукових робіт із бази даних економічних досліджень RePEc за 1960–2010 рр. [RePEc]. Фактично, наш метод схожий на метод, який використовують Х. К. Молеро і Ф. Пухол, але замість контент-аналізу публікацій в одному, хоча і відомому журналі "Економіст", ми аналізуємо назви наукових робіт у відомій базі даних [343, 345].

Ми брали до уваги лише ті роботи, що містили слово "міжнародний" (*international*) у назві або анотаціях. Таких наукових робіт було близько 50 тис. Частоту слів у назвах робіт підраховували за допомогою програми Wordstat. Серед слів визначено частоту тих, що свідчили про характеристики країн. За можливості ми додавали частоти слів зі схожим значенням та однакових слів у різній граматичній формі. Проте незначних спотворюючих ефектів уникнути неможливо (наприклад, якщо слово використане у незвичному значенні).

Періоди, за якими відбувалося порівняння, становили мінімум 1 рік (для найбільш пізніх періодів) або кілька років (для більш ранніх). Це обумовлене тим, що з часом кількість створених наукових робіт зростає. Внаслідок специфіки пошукового сервісу деякі роботи були підраховані двічі (наприклад, робота 1985 р. була віднесена і до періоду 1980–1985 рр. і до 1985–1990 рр.). Чим більшою була загальна частота слова, тим більшою була деталізація періодів, за якими відбувалося порівняння (наприклад, якщо частота перевищувала 300, то ми порівнювали вісім періодів: 1960–1980, 1980–1990, 1991–1996, 1997–2000, 2001–2003, 2004–2006, 2007–2008, 2009–2010 рр., якщо більше 1000 –

використовували більше коротших періодів, якщо менше – менше довших періодів. Для слів із частотою менше 50 окремо порівняння не проводили (лише за групами таких слів). Оскільки проведення дослідження вимагає певного часу, необхідно брати до уваги часовий лаг між дослідженими явищами та публікацією.

Ми використали відносні частоти, щодо всіх слів у назвах робіт у промілі (‰). Спотворюючий ефект слів, які не мають високого смислового навантаження був відносно незначним, оскільки їх частка була відносно стабільною в різні часи. У випадку об'єднання періодів ми розраховуємо середньоарифметичну середніх часток слів (без зважування з урахуванням кількості років у періодах). Цей метод ураховує той факт, що пізніші періоди містять більше робіт, тому їм фактично надають більшу вагу. Для визначення статистичної значущості в різниці часток додатково ми використали хі-квадрат тест на різницю в частотах.

Узагальнено частки груп країн або галузей подано в табл. 2.18.

Таблиця 2.18. Динаміка відносних часток груп слів (за типами країн, регіонами та галузями) у назвах наукових робіт у сфері міжнародної економіки в різні роки, ‰

Групи і підгрупи слів	1960–80	1980–90	1991–96	1997–2000	2001–03	2004–06	2007–08	2009–10
Країни	12,99	13,55	21,10	25,30	27,73	27,02	27,70	28,37
– розвинені	7,01	6,57	10,67	12,67	11,36	10,05	8,55	9,50
– що розвиваються	3,44	4,81	7,67	7,76	11,81	12,63	14,25	14,49
– Західна Європа	3,86	2,93	5,15	7,95	7,13	6,95	5,27	6,68
– Центральна та Східна Європа	0,88	0,86	2,01	2,51	3,03	2,32	2,38	2,12
– Азія	2,90	3,46	6,66	7,73	9,62	9,65	11,60	11,29
– Латинська Америка	0,76	1,85	2,49	2,12	2,73	2,95	2,58	2,33
– Африка	1,02	0,89	1,16	0,43	1,52	2,02	1,67	2,16
Економічні сектори	19,30	27,01	23,20	23,74	21,09	22,14	22,87	23,34
– сільське господарство	5,24	7,68	6,00	5,09	6,02	6,09	6,38	5,23

Закінчення табл. 2.18

Групи і підгрупи слів	1960–80	1980–90	1991–96	1997–2000	2001–03	2004–06	2007–08	2009–10
– енергетичний сектор	3,70	7,95	2,38	1,68	1,76	1,97	3,04	3,73
– промисловість	4,55	5,30	6,81	6,33	5,83	5,12	5,12	4,29
– послуги	1,35	2,79	3,08	3,55	3,82	3,75	3,59	4,25
– нерухомість	0,34	0,97	0,86	1,83	0,97	1,09	1,32	1,19
– інновації	6,30	6,73	7,68	8,47	7,64	8,37	7,83	8,04

Примітка: жирним курсивом позначені максимальні значення для груп слів.

Джерело: розраховано автором на основі пошукової системи наукових робіт RePEc [501].

У групі "країни" в 1990-х рр. частка слова "новітні ринки / економіки" (*emergent*) зросла майже з нульового рівня. Також спостерігалася загалом зростаючий тренд щодо підгрупи "Азія" (*Asia*) з локальними максимумами в 1995 і 1997 рр. Інакше кажучи, це свідчить про популярність економічних досліджень, присвячених Азії та відповідно відображає зростаючу роль і силу країн регіону. Виняток становить 1997 р.: зростання популярності азіатської тематики було обумовлене кризою в регіоні. Це є свідченням того, що використаний нами непрямий метод контент-аналізу не є ідеальним і його слід використовувати із застереженнями.

Підгрупа "Західна Європа" (*Western Europe*) досягла максимуму в 1991 р. та 1999–2001 рр. і локальних максимумів у 2006 і 2010 рр. Знову у трьох із чотирьох випадків було досягнуто піків, коли економічна сила її швидше зростала (перед кризою 1991–1993, із консолідацією завдяки введенню євро, після розширення у 2004) і в одному випадку під час фінансової кризи 2008–2009). Слово "європейський" (*European*) показувало схожу динаміку. Проте тенденції для окремих країн різнилися і давали більш суперечливі результати для цілей визначення динаміки економічної сили. Франція (*France (French)*) була найпопуляр-

ніша в дослідженнях 1980-х рр. Був незначущий мінімум для Великої Британії (*Britain (British, English)*) на початку 2000-х рр. та підвищувальний тренд для Іспанії (*Spanish*), Німеччини (*German*) й Італії (*Italy*). Популярність тематики США важко оцінити, через те, що слово "американський" може стосуватися як США, так і Латинської Америки. Проте популярність долара (*dollar*) була більшою до 1980 р.

Підгрупа Центральна та Східна Європа (*Central and Eastern Europe*) була найпопулярніша в 1994, 1998, 2001–2003 та 2005 рр., а слово "перехідний" (*transition*) – у 1998–2002 рр. Були статистично незначущі максимуми для Польщі (*Poland*) у 1991–2006 рр., Чехії (*Czech*) у 2001–2006 рр., Болгарії (*Bulgaria*) із 2001 р., Туреччини (*Turkey*) із 2004 р., "радянський" (*Soviet*) до 2000-х рр.

Підгрупа "країни, що розвиваються" (*developing countries*), показує зростаючу тенденцію. Підгрупа Латинська Америка (*Latin America*) мала максимуми у 1995, 2002 та 2004 рр., Бразилія (*Brazil*) у 2004 р. Незначущі результати також були: слово "латинська" (*Latin*) стало більш популярнішим у 1990-х рр., проте Мексика (*Mexico*) мала пік популярності в 1980-х рр. та на початку 2000-х рр. Колумбія (*Colombia*) демонструвала підвищувальний тренд.

Підгрупа "Азія, що розвивається" (*developing Asia*), показувала явний підвищувальний тренд із локальним максимумом у 1997 р. Схожу динаміку демонстрували Китай (*China*), Індія (*India*), та деякі інші країни регіону, проте Пакистан (*Pakistan*) мав максимум у 1990-х рр. Підвищувальний тренд був, радше, у випадку Африки, але зі значною волатильністю. Нігерія мала стабільний, але незначущий, підвищувальний тренд.

Якщо підрахувати відношення частот "розвинені економіки" (*advanced economies*) до "економіки, що розвиваються" (*developing economies*), то воно знижувалося. При цьому відношення відносно більшим було в 1960-ті рр., у кінці 1970-х рр., 1991 р. та у другій половині 1990-х рр.

Тенденції щодо деяких секторів економіки можуть також відображати структурні зміни в розподілі економічної сили між торгуючими відповідними товарами чи послугами країнами. Зокрема, слово "сировинні товари" (*Commodity*) показувало по-

нижувальну тенденцію, що відображає послаблення позицій експортерів таких товарів.

Підгрупа "сільське господарство" (*agriculture*) досягла максимуму в 1980-ті рр. та локальний максимум у 2004 р. Перший максимум також характерний для слова "сільське господарство" (*agriculture (-al)*). "Їжа" (*food*) мала максимум у 2008–2009 р. у зв'язку зі сплеском цін на продукцію харчування, "кава" (*coffee*) в 1960–1990-х рр. Також був незначущий понижувальний тренд для слова "рибальство" (*fisheries*) і підвищувальний для "молочний" (*dairy*) у 2007–2010 рр.

Підгрупа "енергетичний сектор" (*energy sector*) мала абсолютний максимум на початку 1980-х рр. і локальний максимум у 2008–2010 рр. (внаслідок динаміки цін на нафту). Схожу закономірність показувало слово "нафта" (*oil*). Перший максимум був характерний також для "енергія" (*energy*). Також був радше понижувальний тренд для "вугілля" (*coal*) та "ядерний" (*nuclear*) і незначущий підвищувальний тренд для "електроенергії" (*electricity*) та "відновлювальний" (*renewable*).

Підгрупа "промисловість" (*industry*) досягла максимуму в 1992–1998 рр., переважно завдяки слову "промисловість" (*industry (-ial)*) й "обробна промисловість" (*manufacturing*). Спостерігався підвищувальний тренд для "меблі" (*furniture*), знижувальний тренд для підгрупи "метали" (*metals*) та незначущий понижувальний тренд для "індустріалізація" (*industrialization*) і "автомобільний" (*automobile*).

Підгрупа "послуги" (*services*) демонструвала підвищувальний тренд, особливо слово "туризм" (*tourism (tourist)*). Термін "послуги" був мало популярним до 1980-х рр. "Телекомунікації" (*telecommunications*) показали радше понижувальний тренд. Незначним був підвищувальний тренд для "страхування" (*insurance*) та "роздрібний" (*retail*). "Здоров'я" (*health*) досягло максимуму в 1980–1996 рр. Підгрупа "освіта" (*education*) мала максимуми на початку 1970-х, 1993 та 2010 рр. Перший максимум був завдяки слову "університет" (*university*), другий та третій – "освіта" (*education*). "Студенти" (*students*) були найпопулярнішими у 2007–2010 рр.

Підгрупа "нерухомість" (*real state*) мала абсолютний максимум у 1996–1999 рр. і локальний максимум у 2007–2008 рр. (кризовий період). Також був незначущий підвищувальний тренд для "будівництва" (*construction*) та максимумами для "землі" (*land*) і "майно" (*estate*) у 1990-х рр. і "житло" (*housing*) у 2007–2010 рр.

Підгрупа "інновації" (*innovations*) біла відносно популярнішою в 1995–1998, 2002–2005 та 2010 рр., "технології" (*technology (-cal)*) на початку 1970-х рр. та в 1995–1997 рр., "дослідження" (*research*) у 1992 р. Популярність "інновацій" (*innovation*) та "знання" (*knowledge*) зростала до 2007–2008 рр. (криза розвинених країн). "Патент" (*patent*) був найпопулярнішим у 1980-х рр., а після показував волатильність частоти. Також був незначущий підвищувальний тренд для "інтелектуальний" (*intellectual*) та "інформаційно-телекомунікаційні технології" (*ICT*). Останнє дещо суперечить даним щодо телекомунікацій у підгрупі послуги, тому остаточні висновки щодо тенденції в зазначеному секторі важко зробити.

У групі "міжнародні фінанси" слово "фінанси" (*finance (-ial)*) демонстрували підвищувальну тенденцію. "Банки" (*banks*) мали максимум у 1991 (1980–1992), 1999–2002 і 2010 рр.

Проте й інші групи слів можуть також непрямо свідчити про співвідношення сил між країнами. Наприклад, існує ненадійний, але понижувальний тренд у випадку "Рікардіанський" (*Ricardian*). Слово "вільний" (*free*) зросло в популярності в 1991–1996 рр, але згодом його популярність дещо знизилася. "Мобільність" (*mobility*) стала менш популярною із 2001 р. "Глобалізація" (*globalization*) досягла піку популярності у 2001–2008 рр., "лібералізація" (*liberalization*) у 1997–2003 рр. Усе це може бути індикатором динаміки вже м'якої сили країн, які є провідниками ідеї ліберальної економіки.

Підгрупа "національний" (*national*) мала загалом понижувальну тенденцію, а підгрупа "субнаціональний" (*subnational*) підвищувальну до 2001–2010 рр. Це може свідчити все ж про відносне послаблення національних держав як міжнародних економічних суб'єктів. Підгрупа "фірми" (*firms*) демонструвала підвищувальний тренд. "Домогосподарства" (*households*) – також, але максимуму було досягнуто в 1991–1996 рр. Максимумів для

підгрупи "праця" переважно завдяки слову "праця" (*labor*) було досягнуто у 1993–1998 та 2003–2004 рр. Був підвищувальний тренд у випадку "жінок" (*gender (women)*), "дітей" (*child (-ren)*), "пенсії" (*pension (retirement)*).

Інтеграційна тематика може бути пов'язана із позиціями ЄС та інших інтеграційних утворень. Підгрупа "інтеграція" (*integration*) стала вдвічі менш популярною у 1975–1985 рр., але згодом зросла в популярності втричі. У неї був максимум у 1985–1993 рр. та локальні максимуми в 1999 та 2001 рр., що можна пов'язати з утворенням ЄС і єврозони. Цікавою є послідовність піків популярності різних слів із цієї підгрупи: "координація" (*coordination*) у 1980–1990 рр., "конвергенція" (*convergence*) у 1991–1996 рр., "кооперація" (*cooperation*) у 1991–2000 рр., "гармонізація" (*harmonization*) у 1991–2003 рр., "інтеграція" (*integration*) у 2001–2004 рр, "приєднання/вступ" (*accession*) у 2001–2006 рр.

Максимум щодо підгрупи "міжнародне регулювання торгівлі" (*international trade regulation*) у 1991–2006 рр., переважно завдяки словам "СОТ" (*WTO*) та "ГАТТ" (*GATT*), може свідчити про збільшення сили цієї організації в цей період. У 2001–2005 рр. був пік популярності також "ОЕСР" (*OECD*) та "МВФ" (*IMF*). Хоча тут можна говорити явно про вплив часового лагу, оскільки за кілька років до початку світової фінансової кризи 2008–2009 рр. потреби у фінансуванні МВФ стали різко знижуватися. Зважаючи на це, ймовірно, науковці просто досліджували роль МВФ у врегулюванні криз у попередні роки.

Якщо порівняти кількість слів за весь період у межах окремих груп, то можна виявити закономірності, які приблизно дають уявлення про розподіл економічної сили в міжнародному середовищі у 2000-х рр. (ураховуючи, що в базі даних RePec половина досліджень була опублікована до 2005, половина із 2005). За рівнем розвитку:

- розвинені країни – 6597;
- країни, що розвиваються – 5935; новітні ринки – 557;
- перехідні – 1225.

За регіонами:

- Західна Європа 5537 (європейський 1934, Німеччина 680, Франція 497, Італія 324, Велика Британія 382 + Лондон 606, Швеція 211, Ірландія 141, Нідерланди 137, Іспанія 118, Швейцарія 95, Фінляндія 94, Португалія 39, Австрія 36, Греція 119, Бельгія 65, Данія 24, Норвегія 35);
- Центральна та Східна Європа 1116 (Росія 283, Польща 142, Чехія 100, Угорщина 93, Болгарія 74, Туреччина 157, Словенія 41, Україна 37, радянський 65, ЦСЄ 34, Албанія 33, СНД 29, Хорватія 28);
- Америка 3539 (американський 723, США 300, Канада 885, латинський 420, Бразилія 383, Мексика 316, Колумбія 104, Уругвай 58, Карибський 52, Чилі 40, Аргентина 137, НАФТА 35, МЕРКОСУР 32, Болівія 32, Еквадор 22);
- Азія 4953 (Азія 861, Китай 1234, Індія 657, Японія 748, Сингапур 69, Гонконг 76, Корея 182, Тайвань 146, Філіппіни 100, В'єтнам 81, Таїланд 73, Малайзія 62, Індонезія 115, азіатський 63, Бангладеш 65, Пакистан 118, Ізраїль 50, Іран 49, арабський 43, АСЕАН 63, Перу 27, Камбоджа 25, Шрі-Ланка 23, Непал 23);
- Австралія та Океанія 848 (Австралія 549, Нова Зеландія 139, Тихоокеанський 160);
- Африка 1363 (Африка 800, Нігерія 65, Єгипет 62, Гана 47, Малаві 46, Уганда 36, Кенія 58, Ефіопія 32, Замбія 28, Марокко 27, Зімбабве 26, Танзанія 24, Малі 24, Мадагаскар 24, Мозамбік 22, Туніс 22, Камерун 20).

За галузевою ознакою:

- АПК 3069 (сільське господарство 986, продукти харчування 629, пшениця 239, ферма 221, рис 136, кава 93, зернові 78, кукурудза 71, тютюн 71, бавовна 67, вино 66, молочні 105, рибальство 150, худоба 56, лісництво 101);
- енергетика 1462 (енергія 459, нафта 437, паливо 59, газ 159, вугілля 55, електроенергія 138, відновлювальні 57, ядерний 98);

- інновації 3713 (технологія 1253, дослідження 796, інновація 655, знання 351, патент 247, інтелектуальний 183, біотехнологія 71, ІКТ 62, електроніка 95);
- промисловість 2780 (промисловість 1577, обробна промисловість 507, сировинні товари 307, індустріалізація 63, фармацевтика 74, меблі 58, автомобільна 55, сталь 61, мідь 78);
- фінансові та страхові послуги 3554 (у т. ч. банки – 1428, кредит – 706, борг – 626, відсотки – 507, страхування 217, депозит 70);
- соціальні послуги 2529 (соціальний 752, охорона здоров'я 640, пенсія 257, освіта 574, університет 237, підготовка 69);
- нерухомість 529 (будівництво 156, земля 152, нерухоме майно 117, житло 104);
- інші послуги 1724 (послуги 663, туризм 330, транспорт 286, роздрібна 89, спорт 69, телекомунікації 128, інфраструктура 159).

За ознакою рівня відносин:

- індивідуальний (праця 1206, домогосподарство 276, сім'я 147, індивідуальний 113, люди 92, робітники 84, персональний 44, особи 29);
- корпоративний (фірма 1948, бізнес 1021, корпоративний 542, транснаціональний 438);
- локальний (регіональний 709, міський 395, локальний 312);
- національний (країни 2586, національний 934, держава 682, внутрішній 674, уряд 408);
- наднаціональний (інтеграція 1187, союз 627, угода 590, конвергенція 292, спільний 236, гармонізація 111, приєднання 71, регіоналізм 49);
- глобальний (інституції 537, організації 510, МВФ 202, ГАТТ/СОТ 379, ОЕСР 305).

Між валютами: євро 299, долар 213, доларизація 30. У відсотках розподіл економічної сили подано в табл. 2.19.

Таблиця 2.19. Розподіл економічної сили за групами країн, галузями та рівнями суб'єктів сили на початку XXI ст., %

Групи країн	Частка	Галузі	Частка	Рівні суб'єктів	Частка
Розвинені країни	48	Інноваційний сектор	19	Країни	30
Країни, що розвиваються	43	Фінансовий сектор	18	Фірми	22
Постсоціалістичні країни / країни з перехідною економікою	9	Агропромисловий сектор	16	Наднаціональні утворення	18
Західна Європа	32	Інша промисловість	14	Фізичні особи	11
Азія	29	Соціальні послуги	13	Міжнародні організації	11
Америка	20	Інші послуги	9	Міста і регіони країн	8
Африка	8	Енергетичний сектор	8		
Центральна та Східна Європа	6	Сектор будівництва і нерухомості	3		
Австралія й Океанія	5				

Джерело: розраховано автором на основі пошукової системи наукових робіт RePEc [501].

Висновки

На нашу думку, недержавними суб'єктами економічної сили на міжнародній арені можна вважати:

- національні або транснаціональні приватні компанії та банки; державні компанії, що демонструють самостійну бізнес-поведінку від уряду;

- міжнародні економічні організації;
- інтеграційні утворення;
- коаліції та неформальні групи країн;
- міста та регіони;
- формальні та неформальні структури, що підтримують певні цінності й ідеологію з економічними наслідками;
- нелегальні структури;
- окремих фізичних осіб.

Недержавні суб'єкти економічної сили в останні десятиліття в умовах інформаційної революції та ускладнення економічних відносин збільшили свою економічну силу, проте держави залишаються важливими суб'єктами сили. Недержавні агенти можуть посилювати або послаблювати економічну силу країн. Зважаючи на це країни – економічні лідери успішно поєднують економічні та регуляторні можливості уряду й інших структур.

Міжнародні організації характеризуються диспропорціями у представництві в їх управлінні країн-членів і мають ресурси, що поступаються фінансовим ресурсам впливових країн. Вони також приводять до перерозподілу ресурсів на користь слабших країн на поворотній або безповоротній основі. Незважаючи на посилення глобального рівня управління, час від часу впливовість окремих міжнародних організацій переживає спад. Інтеграційні об'єднання посилюють позиції країн-членів щодо решти світу, але всередині цих об'єднань є домінуючі країни та менш впливові країни. Коаліції та неформальні групи теж зміцнюють позиції країн-членів щодо решти світу, особливо цей механізм є корисним для менш впливових країн.

ТНК контролюють практично половину світової економіки, найбільші з них за впливовістю випереджають більшість держав і часто мають більше фінансових ресурсів за міжнародні організації. Проте зазвичай ТНК мають тісну прив'язку до країни базування та їх операції радше регіоналізовані, ніж глобалізовані. Вони сприяють розширенню сфери економічного впливу країни базування, економічному розвитку переважно країн ядра та напівпериферії глобальної економіки.

Іншими транснаціональними або національними суб'єктами є неурядові організації та віртуальні мережі. Вони підтримують

переважно ті чи інші ідеологічні течії та цінності, які, незважаючи на часто формальну космополітичність (екологічні цінності, демократичні цінності, соціальна справедливість тощо) призводять до нерівномірних економічних наслідків для різних країн.

На субнаціональному рівні економічна сила країн формується значною мірою за рахунок регіонів-лідерів й інтернаціоналізованих великих міст. Вони характеризуються високою конкурентоспроможністю та забезпечують основні надходження до державного бюджету. Найбільші міста за економічною впливовістю випереджають більшість національних економік світу. Найбільші міста іноді можуть бути чи не більш присутніми в інформаційному просторі, ніж їх країни, тобто роблять суттєвий внесок до м'якої сили країни. Рейтинг впливовості міст надає перевагу США, Великій Британії, Китаю та Росії за індивідуальними містами (або ЄС, США, Китаю та Бразилії за сукупністю міст).

Депресивні, віддалені та малонаселені регіони є складовою економічного потенціалу і можуть посилити економіку країни з часом за певних умов (внаслідок технологічних зрушень, кліматичних змін, винайдення корисних копалин, дифузії економічного розвитку, економічної політики). Неконтрольовані частини території на практиці зазвичай послаблюють економічно країну.

Окремі фізичні особи за величиною контрольованих ресурсів (мільярдери, менеджери великих компаній, урядовці) також можуть випереджати менші економіки країн-світу або можуть мати більшу впливовість опосередковано завдяки генерації ідей та здійснення оцінок (провідні вчені-економісти). Зазвичай вони сприяють посиленню країни центру їх економічної активності або резиденції, але можуть послаблювати у випадках втечі капіталу, надмірного споживання розкоші, корупції або помилкових рішень. За рейтингом багатства мільярдерів економічна сила окремих країн справляє враження недооціненої (особливо Японія) або переоціненої (Росія).

Запропонований нами інфометричний (наукометричний) метод на основі контент-аналізу назв наукових робіт достатньо добре відображає розподіл економічної сили між групами країн та галузями. Він також дозволяє визначити тенденції перерозподілу економічної сили. Єдиним проблемним моментом є те, що кризо-

ві процеси, які відображають послаблення економічної потужності, також привертають увагу науковців. Зважаючи на це приблизно у чверті випадків висока популярність групи країн у дослідженнях свідчить радше про слабкість економіки, а не силу.

Таким чином, тенденції в популярності країн, галузей і їхніх груп у наукових дослідженнях можуть прямо відображати зміни в їхній економічній силі між країнами та секторами, опосередковано (внаслідок економічної інтеграції, змін у важливості галузей) та протилежно (економічні кризи). Хоча деякі тенденції важко прив'язати до економічної сили.

Наукометричний метод свідчить про зростання ролі країн, що розвиваються, Азії та (з високою волатильністю) Африки, а також зменшення економічної ваги розвинених країн. Центральна та Східна Європа досягли максимуму економічної сили в першій половині 2000-х рр., а Латинська Америка перед світовою кризою 2008–2009 рр. Впливовість країн із ліберальною економічною моделлю, імовірно, була найбільшою в 1990-ті та початку 2000-х рр.

На галузевому рівні посилюються позиції виробників послуг, особливо туристичних. Пік зацікавлення науковців мали сільське господарство й енергетика у 1980-ті рр. (імовірно після посилення позицій країн-експортерів у 1970-ті), промисловість у середині 1990-х рр., нерухомість – у кінці 1990-х рр. Локальний максимум популярності продуктів харчування та енергоносіїв на початку кризи 2008–2009 рр., відображає тимчасове помітне зростання цін на ці групи товарів. Інноваційний сектор посилювався до середини 1990-х рр., після чого зберігав свій рівень впливу. Банки, імовірно, були найвпливовіші у 1980-ті рр. і на початку 2000-х рр.

Відбувається відносне послаблення країн порівняно з регіонами всередині країн (децентралізація) та фірмами. Контент-аналіз не так звертає увагу на посилення інтеграційної тематики, як на поглиблення інтеграції, тому із цим застереженням можна говорити також про посилення інтеграційних блоків порівняно з національними економіками. Принаймні до середини 2000-х рр. зростала роль міжнародних організацій. Відносна економічна сила фізичних осіб і, зокрема, найманих робітників, досягла

максимуму в 1990-ті та на початку 2000-х рр. Зростає економічна впливовість жінок, дітей і пенсіонерів.

Наш наукометричний метод доводить, що на початку XXI ст. економічна сила була розподілена майже порівну між розвиненими країнами, з одного боку, і країнами, що розвиваються, з іншого, що практично збігається з результатами за нашим індексом твердої економічної сили (НЕР).

Розподіл економічної сили за регіонами, згідно з наукометричним індексом, відрізняється. Перше місце посідає Західна Європа (32 % – імовірно переоцінено, але йдеться також про більш ранній період), далі Азія (29), Америка (20 – імовірно недооцінена), Африка (8 – імовірно переоцінена), Центральна та Східна Європа (5), Австралія та Океанія (5 % – імовірно переоцінена).

Розподіл економічної сили за галузями виглядає так: 19 % в інноваційного сектора, 18 у фінансового, 16 в агропромислового сектора, 14 в іншій промисловості, 13 у соціальних послуг, 9 в інших послуг, 8 в енергетичного сектора, 3 % у сектора будівництва і нерухомості. На перші три сектори припадає понад половини економічної впливовості у світі.

Наукометричний метод також дозволяє зробити оцінки, що у міжнародних економічних відносинах найвпливовішими є країни (30 %) та фірми (22 %). Це засвідчує актуальність обраної теми нашого дослідження, коли як основний суб'єкт економічної сили ми розглядаємо країну. Меншою економічною силою володіють інтеграційні утворення (18 %), фізичні особи (11), міжнародні організації (11), місцеві адміністративні утворення (8 %).

Розділ 3

ДЕТЕРМІНАНТИ СИЛИ НАЦІОНАЛЬНОГО ЕКОНОМІЧНОГО БРЕНДА КРАЇНИ

3.1. Фактори м'якої економічної сили країни

На імідж країни у світі та пов'язане з ним поняття м'якої сили впливає низка економічних, політичних та інших факторів. У тій мірі, у якій м'яка сила визначається економічними факторами, ми можемо говорити про м'яку економічну силу. У зазначеній главі ми маємо на меті охарактеризувати існуючі підходи у визначенні факторів м'якої економічної сили країни та з'ясувати характер впливу основних економічних факторів на прикладі основних центрів економічної сили та інших країн [245].

Дослідженням факторів м'якої економічної сили й іміджу займалися, зокрема, такі вчені: С. Анхольт, Т. Баранова, Д. Богуш, Е. Галумов, Г. Гейтс, Дж. К. Грейсон, Г. Даулінг, М. Капітоненко, І. Кисарець, В. Кравченко, Я. Лексютина, Г. Личова, Дж. Най, С. Нікіпелова, А. Папп-Варі, І. Радиков, О. Русакова, Дж. Спаркс, А. Старостіна, Я. Сюетун, О. Тищенко-Тишковець, К. Уїтні, С. Цибульський, Д. Шамбо, О. Шевченко (різні фактори та їх класифікація), Е. Данилович, Д. Джуліус, Я. Ільницький, О. Климовец, А. Колот, В. Матвеев, Б. Стоукс, Е. Тодд, Л. Цайци, Н. Яригіна (економічна модель), Р. Андрей, О. Антонюк, Е. Біволару, І. Валецька, В. Пуркароіу, (рівень економічного розвитку), Д. Поліканов, В. Федоров (величина економіки), Е. Дабагян, І. Івашук, М. Орнат (економічна динаміка), Ф. Еріксон, М. Мірошніков (економічна солідарність), А. Гальчинський, М. Девіс, Д. Джуліус, М. Кроуніг, М. МакАдам, А. Макушкін, З. Сардар, С. Уебер, М. Рижков, В. Чекмарьов (зовнішньоекономічна політика), Г. Габріельсен Е. Джаффе, Т. Завгородня, Б. Кьортіс, Т. Крістенсен, Л. Райс, Т. Циганкова, Г. Шевченко (корпоративні бренди), Дж. Барні, Л. Гісо, Е. Дабагян,

Л. Дзінгалес, Ш. Жан, П. Сапенса (бізнес-культура), Цз. Венан, А. Поручник, А. Уткін, С. Цзуотао (освіта), Ч.-В. Бужанка, Т. Нагорняк, Т. Фуджії, Дж. Хоровіц, П.-Л. Чан (міграція), А. Буїга, Е. Крессітеллі, Ф. Маріутті, Ж. де Жиральді, М. Удреску (туризм), Д. Дон, Б. Іннес, У. Керр, О. Кузнецов, О. Михайловська, Р. Уайк, А. Філіпенко, Дж. Хоббс, С. Шарма, Т. Шимп (окремі інші фактори).

На рівні компаній та установ цією проблемою займалися, зокрема, Anderson Analytics, European Commission Directorate-General for Communication, FutureBrand, Institute for National Strategic Studies, The Pew Research Center, корпорація RAND, Reputation Institute, TNS Opinion & Social, Всеросійський центр вивчення громадської думки, "Центр економічних досліджень" Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

Утім, більшість досліджень обмежуються перерахуванням факторів або досліджують внесок факторів в імідж країни без концентрації на обґрунтуванні впливу саме економічних факторів або здійснюються без кількісної оцінки впливу.

Класифікаційні дослідження факторів сили національного економічного брэнда. А. Старостіна, В. Кравченко і Г. Личова подають таку класифікацію:

1. За рівнем сприйняття:

- на рівні споживачів – привабливість для туристів, як місця проживання, імідж товарів і послуг, створених у зазначеній країні;
- на рівні сприйняття суб'єктів підприємницької діяльності – національні бренди на міжнародних ринках, бізнес-клімат;
- на рівні національних інститутів – економічна могутність, впливовість на прийняття економічних рішень [194].

2. За ступенем інтернаціоналізації:

- внутрішні (економічні, політичні, політико-правові, науково-технічні, соціокультурні, природні, демографічні);
- зовнішні (участь в інтеграційних утвореннях, міжнародних організаціях, місце у міжнародних рейтингах, присутність ТНК) [194].

І. Радиков та Я. Лексютина перераховують фактори за способами підвищення м'якої економічної сили:

- штучний – пропаганда, реклама й інші інформаційні заходи щодо економічних досягнень, політики та моделі; державна і публічна економічна дипломатія; допомога в розвитку та гуманітарна допомога; освітній обмін у сфері економіки та бізнесу;
- ненавмисне рекламування економічних досягнень шляхом їх фактичного примноження – досягається використанням успішної економічної моделі, розвитком науки та техніки, дотриманням справедливості в економічних відносинах, популярністю економічної політики [165].

Е. Галумов виокремлює три групи факторів формування образу держави:

- умовно статичні, зокрема природно-ресурсний потенціал, структуру управління тощо;
- умовно-динамічні соціологічні фактори, зокрема соціально-психологічні настрої, цінності тощо;
- умовно-динамічні інституційні фактори, зокрема стабільність економіки, рівень доходу на душу населення, обсяги інвестицій, фінансову забезпеченість бюджету [41].

А. Старостіна, В. Кравченко і Г. Личова також звертають увагу на такі економічні фактори іміджу країн як високий технологічний розвиток, кваліфікована робоча сила, працевите населення, успіхи всупереч відсутності природних ресурсів (наприклад Японія), великі можливості (США), туристична привабливість (Франція), високий рівень життя, репутація надійного ділового партнера (Швейцарія) [194].

О. Шевченко і А. Петрук зауважують, що важливими економічними компонентами бренда країни є об'єктивні процеси в економіці: стан і динаміка виробничої та ринкової інфраструктури, транспортне господарство, робота митних і прикордонних служб, готельне господарство, банківський сектор, розвиток зв'язку, інформаційних, консультаційних та інших послуг, кваліфікація менеджерів та обслуговуючого персоналу [275]. О. Шевченко в іншому дослідженні перераховує такі фактори: туризм, інфраструктура, події, бізнес-умови, ресурси, кадри [273].

Г. Даулінг називає наукові досягнення, імідж торговельних марок, туристів і туристичну рекламу, експорт товарів і послуг та їх рекламу [59, с. 249]. Базуючись на причинах послаблення темпів зростання продуктивності праці у Дж. Грейсона, можна виокремити такі фактори м'якої економічної сили: ставлення до приватного сектора, ставлення до праці, моральні цінності, психологія винятковості, культура лобізму [52]. Дж. Спаркс і Г. Гейтс аналізують країни за кількома факторами м'якої сили, серед яких є фактори технологічної сили (кількість нобелівських лауреатів), кінематографічної (виробництво художніх фільмів, інвестиції у фільми, продажі квитків) [526]. Я. Сюетун розглядає частку держав зі схожою державною (у нашому випадку економічною) моделлю, частку у світовому експорті кінопродукції, частку іноземців серед студентів, квоту в капіталі Світовому банку та МВФ, частку держав з голосуванням, що збігається, в міжнародних (економічних) організаціях [202]. А. Папп-Варі стверджує, що громадяни певної країни мають тим більше інформації про іншу країну, чим ближче розміщується остання, частіше вони її відвідують, більше інформації про неї в місцевих засобах масової інформації [486].

Д. Богуш вважає елементами іміджу країни інвестиційну, туристичну, соціальну, політичну складові, імідж лідерів, відомі торговельні марки, цікаві події [26]. І. Кисарець до економічних факторів іміджу країни відносить такі: інвестиційний клімат, конкурентоспроможність економіки, економічну свободу, корупцію, кредитоспроможність, рівень глобалізованості, статус як джерела мігрантів, життєвий рівень, туристичні ресурси [85]. Т. Баранова та С. Нікіпелова виокремлюють як інструменти м'якої сили й іміджу країни: власне економічні, культурні, туристичний, інвестиційний і науково-освітній потенціал [18].

Базуючись на підході М. Капітоненко, зазначимо, що економічна складова м'якої сили залежить від:

- здатності розповсюджувати власну економічну ідеологію;
- участі у створенні та підтримці міжнародних економічних режимів, норм та організацій, що сприяють такому розповсюдженню;

- привабливості країни для міжнародної економічної імміграції;
- експорту культурної продукції (фільми, музика, книжки);
- кількості іноземних студентів, туристів, видатних економістів [82].

Як зазначає О. Тищенко-Тишковець, активна складова економічної м'якої сили передбачає, зокрема, популяризацію економічних досягнень, допомогу країнам, що розвиваються [204]. С. Цибульський зауважує, що це також може бути дискредитація (економічного) керівництва країни, поширення продукції сектора культури, переорієнтування освітніх і наукових напрямів [229]. О. Русакова стверджує, що державна підтримка може надаватися таким креативним секторам: реклама, архітектура, театр, образотворче мистецтво, дизайн, кіно, музика, телебачення, радіо, комп'ютерне програмування, видавництво, моделювання одягу, прикладне мистецтво, іграшки, меблі, продукти харчування, біжутерія, канцелярія [178].

В індексі брэнда країни найвпливовішими факторами вважають: якість її товарів, бажання відвідати чи навчатися, розвинену інфраструктуру [348, с. 51]. Згідно зі звітом *Made in*, на бренд країни походження товару впливають: аутентичність (унікальні товари або послуги зі стандартами, що пов'язані з історією, людьми чи географією), диференціація (відмінність від конкурентів за допомогою підходів, спадщини чи культури), стандарти якості (безпека, майстерність, відмінність у виробництві, прозорість), компетентність (кращий у своїй категорії) [453, с. 22].

Євробарометр у 2014 р. здійснював опитування, що є найбільшим активом ЄС. Серед факторів були такі: економічна, промислова і торговельна сила ЄС (33 %), стандарти життя громадян (24), якість інфраструктури (11), навики та таланти громадян (11), здатність до досліджень та інновацій (10), а викликами – безробіття (53), соціальна нерівність (32), державний борг (29), недостатнє економічне зростання (22), конкуренція з новітніми ринками (12 %) [389, с. 8, 11].

Згідно з дослідженням "Центру економічних досліджень" Київського національного університету імені Тараса Шевченка для

країн зі стійким позитивним іміджем були характерні, у тому числі, розвинена економіка, висока конкурентоспроможність економіки, систематичне впровадження програм із посилення іміджу країни, з негативним – низький рівень розвитку, відсутність програм формування позитивного іміджу, низька конкурентоспроможність, участь у військово-політичних конфліктах.

Суттєво впливаючими факторами на думку більшості респондентів були, зокрема, рівень економічного розвитку (55 %), рівень освіти населення (59), технологічні досягнення (56) і меншою мірою культурні особливості (32), наявність природних ресурсів (30), спортивні досягнення (19 %). Важливість факторів суттєво залежить від цільового аспекту іміджу. Наприклад, для залучення інвестицій суттєвим питанням є інвестиційний клімат, рівень корупції, ринкові бар'єри, ринкова економіка. Для залучення туристів – інфраструктура, культурні пам'ятки тощо [193].

Розглянемо детальніше дію основних економічних факторів іміджу і, відповідно, м'якої сили країни.

Економічна модель країни. Не тільки міць, а й економічна модель є одним із ресурсів м'якої сили [165]. Її привабливість залежить від її відповідності уявленням цільової аудиторії щодо економічних цінностей (матеріальні та нематеріальні результати, економічна свобода, справедливість, відповідальність тощо). Соціально-економічна модель країни може бути зразком для слідування іншими країнами.

Наприклад, в основі м'якої сили США лежить те, що вони пропонують світу американську мрію, основу на успішному зовнішньому житті особистості [165]. Для США характерні низькі податки, відносно невеликий перерозподіл доходів, відносно невелике забезпечення соціальних послуг державою, відносно невелике регулювання, інтенсивна праця, більша схильність до ризику та змін [435]. Е. Тодд стверджує, що теорія ліберальної економіки, основним ідеологом і реалізатором моделі якої є США, є однією з головних складових культурного експорту США [207, с. 36].

Утім, неможливо сподобатися всім, що визначає відносність м'якої сили: поширювати власні ідеї легше у схожих суспільствах [82]. Так, країни з ліберальною економічною моделлю набу-

ватимуть популярності у своєму середовищі, але можуть бути менш популярними у країнах з іншою моделлю. Навіть у європейських країнах американська модель не є абсолютно привабливою. Наприклад, після завершення холодної війни, хоча 2/3 чехів, поляків, угорців, болгар вважали, що США сприятливо вплинули на їх країни, лише чверть бажали би застосувати у себе американську економічну модель [140].

Тривалий час привабливість соціально-економічної моделі була складовою регіонального та глобального впливу ЄС. При схожих рівнях погодинної оплати праці та тривалості життя економічна модель ЄС відрізняється від США більшою схильністю до вільного часу, безпеки та стабільності [435], більшою часткою державних витрат і податків у ВВП, роллю соціального захисту і профспілок, регламентацією ринку праці та меншою нерівністю в доходах [140]. Про більшу соціальну орієнтованість свідчить те, що серед розвинених країн у Північній Європі найнижча частка низькооплачуваних робочих місць (6–8 %), а найвища в США та Великій Британії (21–25 %) [94].

Проте і тут м'яку силу ЄС могло послабити зростання різниці у доходах між багатими та бідними. 85 % людей у восьми країнах ЄС відчули це у 2013 р., 77 % вважають, що економічна система більшою мірою сприяє багатим (особливо такі настрої поширені у Греції, Іспанії, Італії) [528]. Щодо соціально-ринкової економіки, планування економічного зростання та рівня державного втручання в економіку немає однозначного сприйняття навіть серед ідеологів ЄС [121].

Привабливість економічної моделі Китаю базується на стабільно високому економічному зростанні. Як компонент китайської моделі м'якої сили можна розглядати і посилення привабливості соціалістичних ідеалів [178]. Проте Л. Цзайци зазначає, що перевага у м'якій силі країн Заходу над Китаєм пояснюють наявністю практично всеохоплюючої розвиненої системи соціального забезпечення, що базується на розвиненій економіці [228]. Зі зростанням рівня життя відбувається і трансформація економічних цінностей. Зокрема, у Китаї у 2012 р. порівняно з 2008 р. суттєво зросла кількість осіб, які переймаються продовольчою безпекою, якістю промислових товарів, пенсійним забезпеченням, а також

корупцією, умовами праці, нерівністю в доходах при зменшенні частки людей, що переймаються зростанням цін [405, с. 9].

Незважаючи на певну геоекономічну привабливість, Росія має складнощі з побудовою привабливої внутрішньої економічної моделі. Так, негативними складовими її економічного іміджу є корупція і хабарництво, показово високе класове розшарування, суспільство споживання у столиці, схильність до гучного гуляння та легких грошей [58]. Хоча, згідно з опитуванням Всеросійського центру вивчення громадської думки, громадяни Росії вважали, що марнотратність є на середньому рівні як характеристика зовнішнього іміджу Росії, а на вищому рівні – багатство та гостинність [50]. Також толерантність до непрозорих корпоративних структур є об'єднуючим фактором для Росії з низкою інших країн, зокрема в СНД. Ринки СНД є відносно ризикованими для західних інвесторів і багато часу витрачається на доведення свого прийняттого фінансового та юридичного статусу, у той час як із російськими інвесторами ця проблема розв'язується менш формально [91, с. 29].

Проте тривалі кризові процеси поставили під сумнів справедливність економічної моделі й у розвинених суспільствах. У 2012 р. понад половина американців вважали, що їх економічна система сприяє більшою мірою багатим; 2/3 – що існує конфлікт між багатими та бідними верствами. Хоча, маючи схильність до індивідуальної відповідальності, вони хотіли не перерозподілу доходів, а більше рівних можливостей [532]. Взагалі, у багатьох країнах світу у 2013 р. більшість дотримувалися думки, що їх економічна система сприяє багатим більше, ніж бідним. Лише у Малайзії (56 %). Венесуелі (53) й Австралії (51 %) більшість опитаних вважала навпаки [367, с. 8].

Якщо оцінювати віру у справедливість відсотком позитивних відповідей на питання "чи більшість людей досягають успіху, якщо працюють добре", то вона була високою у 2012 р. зокрема в Пакистані (81 %), США (77), Тунісі (73), а низькою у Лівані (32), Росії (35), Японії (40 %). Цікаво, що у Китаї вона становить лише 45 %, а у країнах ЄС від 43 (Греція, Італія) до 57 (Велика Британія) і 56 % (Іспанія) [491, с. 15].

Рівень економічного розвитку. З одного боку, процвітаюча держава може викликати більше бажання з нею співпрацювати [165], демонструвати успішну економічну модель, бути центром тяжіння для трудових мігрантів. Розвинена інфраструктура була другим за важливістю фактором, що забезпечили у 2014–2015 рр. Японії перше місце за індексом бренда країни. Якість життя найбільшою мірою забезпечила у 2014–2015 рр. Швейцарії друге місце за індексом бренда країни [348, с. 13, 16]. Існує сильна кореляція (0,7) між цінністю національного бренда та ВВП на душу населення [321].

Проте цей фактор може впливати й інакше. Наприклад, Швейцарія асоціюється як із якістю та надійністю, так і з дорожнечою, що негативно позначається на туризмі [34]. Не слід забувати і про поширеність думок у менш розвинених країнах щодо несправедливого розподілу благ на глобальному рівні.

Рівень розвитку впливає і на цілі політики формування іміджу країни. А. Старостіна й О. Антонюк зауважують: якщо в розвинених країнах метою є зміна стереотипів, приваблення кваліфікованої робочої сили, проведення міжнародних заходів, то у країнах, що розвиваються – співпраця з міжнародними фінансовими інституціями, залучення інвестицій, позбавлення іміджу країни "третього світу" [195].

Величина економіки. Як стверджує Дж. Най сильна економіка сама по собі може приваблювати [472]. Чим відоміша країна, тим більше можливостей у людей бачити різні аспекти її бренда [203], а великі економіки більш представлені у пресі або своєю продукцією в інших країнах. Про них більшою мірою обізнана широка громадськість і може сформулювати чітке ставлення. Наприклад, порівняно з іншими центрами світу (США, ЄС, Китай) частка людей, що сприймають Росію позитивно, є меншою. Проте це пояснюють і тим, що помітна частка респондентів не визначилася із відповіддю, а не тільки дала негативну оцінку: менший економічний вплив Росії викликає більшу невідомість ставлення респондентів [395, с. 2; 398, с. 73].

При цьому важливою є, ймовірно, не тільки поточна ситуація, а й у найближчій історії, адже формування іміджу відбувається тривалий час, а не миттєво. Можливо різницею у тради-

ційній величині економіки поряд з іншими факторами частково пояснюють те, що в Латинській Америці більше людей позитивно ставляться до американського способу ведення бізнесу (50 %) ніж до китайського (40), американських науково-технічних досягнень (74), ніж до китайських (72) й особливо американської музики, кіно і телебачення (63), ніж до китайських (25 %). Схожі ставлення спостерігаються і в Африці [298, с. 3].

Величина держави, якщо вона підриває баланс сил, може викликати не тільки захоплення, а і заздрість. Наприклад, навіть у середині 1970-х рр. більшість опитаних у Західній Європі були би проти одноосібного домінування США у світі та надавали перевагу балансу сил між США та СРСР [140]. У цьому сенсі друга або третя за величиною економіка у світі, якщо вона забезпечує баланс сил, може користуватися прихильністю принаймні частини світу. Зокрема В. Федоров та Д. Поліканов зазначали, що завдяки зростанню економічної потужності Китаю та стримуванню диктату США за останнє десятиліття 28 % росіян змінили свою думку про Китай на кращу. Якщо 56 % бачили у Китаї союзника та партнера, то ворога – лише 4 % [215].

Для деяких країн м'яка сила залишається чи не єдиним способом впливу: менші країни мають більше можливостей щодо використання м'якою силою, ніж жорсткою [558, с. 14], оскільки вона є менш залежною від розміру економіки. Приклади – модель шведського соціалізму або гіперконкурентна економічна модель у Сингапурі.

Масштаби економіки можуть формувати м'яку силу й опосередковано. Наприклад, переваги м'якої сили надає англomовним країнам і, насамперед США та Великій Британії, поширеність англійської мови у світі. Англійська мова набула поширення у XIX–XX ст. в той час, коли відбувалася глобальна комунікаційна революція на основі телеграфу, телефону, радіо, телебачення та Інтернету, що сприяло створенню великих транснаціональних корпорацій. У цей час провідними економічними державами були Велика Британія та США, їх мова опинилася в центрі таких глобальних тенденцій. Хоча це не применшує роль політичних і військових причин поширення англійської мови [189].

Економічна динаміка. Існує сильна кореляція між сприйняттям людьми економічної ситуації у країні та темпами зростання її ВВП [491, с. 14]. Економічна криза також зменшує можливості фінансування заходів просування бренда країни [195].

Ілюстрацією впливу економічної динаміки є те, що імідж ЄС у різних країнах світу помітно погіршився із 2007 по 2013 рр. на тлі фінансово-економічної кризи [547]. Економічна криза також похитнула віру громадськості в ефективність інтеграції в ЄС. Частка позитивних відповідей у восьми досліджених країнах на питання "Чи вплинула позитивно інтеграція в ЄС на економіку вашої країни?" варіювалась від 11 % у Греції та Італії до 54 % у Німеччині. Утім, у п'яти країнах єврозони 60–63 % висловлювалися за збереження євро [547]. Таким чином, привабливість економічної моделі ЄС переживає не найкращі часи. Імовірно, ідеться про досягнення "дна". Зважаючи на це подолання циклічних економічних проблем у майбутньому та зовнішній інтеграційний потенціал дозволяють оцінити, що у майбутньому імідж, а відповідно і м'яка сила ЄС, усе ще можуть поліпшитися. Зокрема, у рейтингу 2015 р. Іспанія, Португалія, Італія та Ірландія помітно поліпшили свою репутацію, коли їх економічні показники почали зростати [291].

Однак зв'язок не обов'язково є прямим, особливо щодо країн-лідерів. Велику динамічну країну сприймають не тільки як торговельного партнера і джерело інвестицій та допомоги, а і як потужного конкурента. Наприклад, фактор конкуренції з боку Китаю може бути використаний для виправдання економічних проблем у розвинених країнах [77]. На практиці погляди на економічне зростання Китаю різняться по країнах. У 2007 р. сприйняття зростання економічної сили Китаю в Західній Європі загалом було негативним, особливо у Франції та Італії (позитивне лише у Швеції). Негативне ставлення було і в Мексиці, Чеській республіці, Південній Кореї та Індії, а позитивне – у країнах Африки (останні так само позитивно сприймають і вплив США) [398, с. 41]. У 2011 р. найкраще ставлення до економічного зростання Китаю було в Кенії (85 % опитаних оцінили це позитивно), Пакистані (79), Палестині (66), Йорданії (66), Індонезії (62), найгірше – у Туреччині (13), Індії (29), Польщі (32), США, Росії,

Україні (37 %). При цьому країни сприймають економічне зростання Китаю помітно краще, ніж його військове зростання [559, с. 7].

Це впливає і на бажання інтегруватися. У 2010 р. 3/4 американців хотіли збільшити торгівлю США з Японією, 58 % із ЄС і лише 45 % із Китаєм. Саме в цей період, Китай активно наздоганяє США, як це робила у 1980-х рр. Японія. У 1990 р. 40,7 % торговельного дефіциту США припадало на Японію і 10,3 % на Китай. У 2012 р. ситуація змінилася дзеркально: 10,5 і 43,3 %, відповідно [533].

Загалом у світі вплив економічного підйому Китаю виявився позитивним для країн – виробників енергії, сировини та сільськогосподарських продуктів, але вдарив по країнах, які експортують промислові вироби внаслідок цінової конкуренції. У Латинській Америці поступово зростала кількість невдоволених товарною структурою торгівлі з Китаєм. Розширення зв'язків із Китаєм приводить до зростання імпорту споживчих товарів для малозабезпечених верств населення. Експорт до Китаю переважно сировинного характеру, тоді як до США переважно експортують промислову продукцію [56].

Для іміджу важливим є не тільки поточний економічний стан, а і його прогнози [165]. Наприклад, серед розвинених країн чи не лише в Південній Кореї (56 %) більшість вважає, що їх діти будуть жити краще [367, с. 8]. Із цим пов'язане поняття економічного оптимізму чи песимізму. Наприклад, бідність не всюди є однаковою: у Китаї та Чаді є бідні люди, але в Китаї бідні люди мають перспективу, що принаймні їхні діти можуть суттєво змінити своє матеріальне становище, у той час як у Чаді надій на майбутнє набагато менше [397, с. 27]).

Для внутрішнього іміджу країни серед широкої громадськості важливою є динаміка їх персонального абсолютного і відносного доходу. Зважаючи на це до приросту ВВП варто застосовувати поправку на динаміку нерівності розподілу доходів. Нами розраховані корегуючі коефіцієнти для 74 країн і територій за період 1995–2009 рр. [238, 340, 341]. Для розрахунків використані річні дані щодо розподілу доходів населення на децильний основі [376]. У середньому у світі поправка на нерівність виявилася на порядок меншою за темпи економічного зростання. Хо-

ча основною методологічною проблемою було неврахування тіньових доходів. Проте щодо країн ситуація різнилася. Спостерігалася скорочення нерівності доходів у країнах, де вона була високою (переважно Латинська Америка), і зростання в регіонах, де вона була низькою (Північна Європа) або спостерігалися високі темпи економічного зростання (наприклад Нігерія, Китай, Туркменістан). Зокрема, у Китаї приріст ВВП мав бути скоригованим у меншу сторону на 17 % за 15-річний період, а у Бразилії на 18 % у більшу.

Однак корекція приросту ВВП мало вплинула на рейтинг країн за темпами економічного розвитку. До першої вісімки лідерів входили ті самі країни з невеликою переміною місць: Азербайджан, Китай, Казахстан, Білорусь, Естонія, В'єтнам, Литва, Індія. Поправка підвищила в рейтингу місця США і Німеччини на 2 позиції, Бразилії на 26 позицій, не змінило рейтинг Китаю та Індії, зменшило в рейтингу місця Росії на 3 позиції, Японії та України на 1 місце.

Також зазначимо, що на рівні громадян країни економічна динаміка сприймається не тільки як динаміка доходів, а й динаміка доступності конкретних благ. Для бідніших верств населення важливою є доступність товарів і послуг першої необхідності. У 2009 р. ми провели дослідження, яке показало, що у 1997–2006 рр. по країнах спостерігалася неоднакове співвідношення темпів зростання ВВП і цін на різні групи товарів [236]. Статистичні дані за цінами взяті з [376], за динамікою номінального ВВП на душу населення, динамікою реального ВВП, дефлятора ВВП і зростання населення – узяті або розраховані за [575]. Використана вибірка із 68 країн та територій у різних регіонах світу із сукупним населенням 5 млрд осіб.

Зауважимо, що найбільше зросла доступність товарів тривалого використання – на 114 %, проміжних товарів – на 88, послуг – на 70, а найменше товарів короткострокового використання – на 62 %. Розглядаючи зв'язок зростання доступності благ зі зростанням реального ВВП країни, зазначимо, що коефіцієнт кореляції між ними в середньому за групами становив 68 %.

За багатьма групами лідерами за зростанням доступності благ були Азербайджан, Туркменістан, Білорусь, Казахстан

(особливо за товарами першої необхідності та товарами нетривалого використання) і країни Балтії. За більш високотехнологічними товарами та товарами тривалого використання на перших позиціях розміщувалися країни Центральної Європи. Були випадки, коли ті самі країни (зазвичай із вищою інфляцією) входили як до лідерів, так і до аутсайдерів за різними групами товарів (наприклад Росія й Україна).

За деякими групами товарів чи послуг у значній кількості країн (близько 15–38 %) спостерігалось зменшення їх доступності:

- тютюнові вироби (переважно в розвинених країнах, що опосередковано може відображати більше лобі з боку недержавних організацій і страхових компаній порівняно з тютюновими компаніями);
- комунальні послуги (більший відсоток у розвинених і європейських постсоціалістичних країнах);
- транспортні послуги (більший відсоток по Латинській Америці);
- освіта;
- послуги фінансового характеру;
- послуги, пов'язані з туризмом і проживанням.

Низка країн за кількома групами мали проблеми зі зростанням доступності благ (наприклад Японія, Німеччина, Бразилія, Болгарія, Румунія).

Внутрішня економічна солідарність. Цей фактор більше характерний для інтеграційних утворень і також пов'язаний з економічною динамікою. У часи економічної кризи питання солідарності постає особливо гостро.

Наприклад, в окремих випадках неоднозначним є ставлення всередині ЄС країн-членів один до одного, що іноді робить дискусійним питання солідарності країн-членів у врегулюванні спільних економічних проблем. Силу ЄС зменшує те, що він не має спільних підходів у ключових проблемах глобальної економіки [373]. Поширеною є думка дослідників про те, що ЄС для користуванням м'якою силою потрібно працювати над своєю внутрішньою згуртованістю, розбіжностями в цілях політики, цінностях та інтересах [464]. Брак єдності у ЄС є причиною частоті критики системи ухвалення рішень [121].

У ЄС існують стереотипи щодо країн-членів. У 2012 р. опитування було здійснено у восьми країнах-членах (Велика Британія, Іспанія, Франція, Німеччина, Італія, Греція, Польща, Чеська Республіка). Найбільш працювитою майже в усіх країнах вважають Німеччину (лише у Греції вважали такою Грецію). Найменш працювотими країнами вважають Грецію, Італію і Румунію. Найбільш корумпованою вважали Італію, меншою мірою Грецію, Польщу, Чеську Республіку, Іспанію. Усі країни дотримуються думки, що найменш корумпованою країною є Німеччина [377, с. 2].

Також у 2012 р. було опитано громадян щодо ставлення до країн-членів. Німеччина була найпопулярнішою (80–84 % ставилися позитивно) у Франції, Німеччині та Чеській Республіці, та лише у Греції ставлення кардинально протилежне (21 %) [377, с. 35]. За іншим опитуванням у 2011 р. серед шести країн усієї Європи Німеччина одержувала достатньо позитивні оцінки – найбільше у Франції (90 %), найменше у Німеччині (73); у країнах-нечленах, Україні та Росії – 78 % [559, с. 64]. Найкраще ставлення до Франції (74–80 %) було в Німеччині, Польщі, Чеській Республіці, найгірше (53–54 %) – в Італії та Греції. Найкраще ставлення до Великої Британії (78–84 %) – у Польщі, Чеській Республіці, Великій Британії, найгірше (37 %) – у Греції. Ставлення до Італії мало різнитися по країнах (57–69 %). Ставлення до Іспанії всюди було переважно в межах 69–76 %, за винятком 45 % в Іспанії та 59 % в Італії. Ставлення до Греції найгірше (25–30 %) було в Чеській Республіці, Німеччині, Італії, в інших країнах – 34–48 %, і лише у Греції позитивне (71 %). У 2010 р. оцінки Греції не були ще настільки несприятливими. Інакше кажучи, останнім часом Греція ментально перебувала достатньо осторонь від решти країн-членів [377, с. 35].

За іншим аспектом перебувала осторонь Німеччина. Оцінки в Німеччині щодо поточної економічної ситуації та найбільш актуальних економічних проблем різко відрізняються від середніх цифр по ЄС. У 2013 р. 75 % респондентів у Німеччині вважали, що економіка перебуває у доброму стані (для порівняння медіана щодо восьми країн ЄС, що брали участь в опитуванні, становила лише 9 %), 54 – країна виграла від інтеграції в ЄС (26),

77 – особиста економічна ситуація добра (51), 60 – сприятливо ставляться до ЄС (43), 27 – стан економіки поліпшиться в наступні 12 місяців (15), 28 – великою економічною проблемою є безробіття (78), 37 – державний борг (71), 31 % – зростання цін (67 %) [545, с. 8, 15]. У Німеччині 51 % населення бажали, щоб у Брюсселі було більше повноважень щодо розв'язання економічних проблем. Ніде більше в ЄС не було такої підтримки централізації влади в ЄС [531].

У Франції, яку разом із Німеччиною вважають іноді "ядром ЄС", значно зменшилася впевненість у ЄС як інституції у 2007–2013 рр. із 62 до 41 % (у Німеччині із 68 до 60 %). Це обумовлює гетерогенність думок усередині "ядра ЄС". Французи стали ще більшими євроскептиками, ніж британці. Також Франція дедалі більше думає, як Південна Європа [529].

Згідно з Євробарометром, у травні 2015 р. ЄС мав позитивний імідж в очах 41 % європейців (негативний у 19 %). Це краще, ніж у 2012–2013 рр. (30 %), але гірше ніж у 2007 р. (52 %). Найкращий імідж ЄС був у Румунії, Ірландії, Литві, Болгарії, Польщі, Люксембурзі та Мальті (понад 50 %). Найгірший – на Кіпрі й Австрії [498, с. 7]. Найбільше переймалися економічними проблемами у 2015 р. у ЄС у Кіпрі, Греції та Іспанії [498, с. 15]. Найбільша підтримка у 2015 р. економічного і монетарного союзу була в Естонії, Словаччині та Люксембургу (більше 80 %), найменша у Великій Британії, Чеській республіці та Швеції (до 25 %) [498, с. 26].

Складовою **зовнішньоекономічної політики** є просування власних (або нових у власних інтересах) економічних цінностей, ідеології, норм та інститутів. Проте необхідно враховувати низку закономірностей. Згодом популярність ідей та цінностей змінюється і, відстоюючи постійно ті самі ідеї, можна перетворитися на ретрограда [82]. М'яка сила залежить і від формулювання цілей: більш всеохоплюючі та перспективні цілі створюють привабливіший імідж країні, що їх переслідує [140]. Також імідж країни є кращим, якщо вона дотримується тих самих економічних стандартів, які просуває, у себе вдома [82]. А для повноцінного користування м'якою силою необхідно, щоб її суб'єкт

користувався довірою і не мав прямої зацікавленості у проблемі, що розглядається [441].

Зовнішньоекономічна політика може компенсувати менший розмір країни. Наприклад, малі держави можуть набувати авторитету завдяки своїм ініціативам щодо розв'язання глобальних економічних проблем [82]. Однак це стосується і великих країн. Імідж США суттєво залежить від сприйняття їх глобальних ініціатив. Так само як Велика Британія свого часу сприяла поширенню вільної торгівлі та золотого стандарту, США ініціювали створення СОТ і МВФ, сприяли поширенню їх регулюючих норм [165]. Ефективність їхньої діяльності часто відображається на сприйнятті самих США. Ініційований США "Вашингтонський консенсус" щодо країн, які розвиваються, спочатку набув популярності проте незабаром був підданий критиці багатьма впливовими економістами [435]. Китай запропонував світу "Пекінський консенсус" як альтернативу "Вашингтонському консенсусу", що базується на поєднанні ринкової економіки та контрольованої політичної системи, а сам Китай у зовнішніх відносинах схильний до принципів невтручання у внутрішні справи, взаємовигідності співпраці та рівності сторін [165].

Як на найвпливовішу економіку світу, на США часто також покладають відповідальність за недоліки всього світового господарства. Так, зустрічаються звинувачення, що США:

- сприяють своєю політикою збільшенню розриву між багатими та бідними країнами [398, с. 25];
- підозрюються в тому, що вони радше займаються геополітикою, ніж чесною торгівлею;
- прагнуть сплатити свою заборгованість за рахунок джерел зростання в інших країнах [116];
- перерозподіляють на свою користь доходи з інших країн завдяки емісії долара як світової валюти та можливості встановлювати відсоткові ставки у власних інтересах;
- не допускають демократичного контролю за своїм впливом на більшість населення світу;
- через умови позик міжнародних фінансових інституцій американські ТНК одержують у власність фінансовий та технологічний сектори країн, що розвиваються;

- сприяють лібералізації торгівлі в тій мірі, у якій це сприяє свободі діяльності американських ТНК;
- практикують обмеження доступу на свій ринок продукції з країн, що розвиваються;
- після Другої світової війни вдавалися до економічних санкцій понад 100 разів, під вплив яких іноді підпадали сумарно країни з більшістю населення світу [183, с. 32–36].

Одна й та сама політика може неоднозначно сприйматися у світі. У 2011 р. найбільше підтримували спосіб розв'язання глобальних економічних проблем президентом США Б. Обамою у Кенії (78 %), Японії (69), Німеччині (68), Індонезії (65), Бразилії (62), найгірше – у Туреччині та Пакистані (11), Єгипті (20), Йорданії (21 %). В Україні підтримували 39 %. Оцінки у низці великих економік світу були такими: Франція (59 %), Велика Британія (52), США (40), Індія (36), Китай (35), Росія (32 %). Помітна частина решти респондентів не визначилася з відповіддю, а не тільки дала негативну оцінку [559, с. 34].

У 2011 р. найбільше звинувачували США у своїх економічних негараздах у Палестині (51 %), Йорданії (39), Туреччині (32), Пакистані (29), Китаї та Мексиці (20), найменше – у Кенії (2), Литві, Індії (4), Бразилії (5), Ізраїлі, Індонезії (6), Україні (7 %) [559, с. 47]. Найбільше звинувачували у своїх економічних негараздах ЄС – у Франції (34 %), Польщі та Палестині (22), Німеччині (21), Туреччині (14), найменше – Пакистані, Бразилії, Мексиці, Кенії (1), Ізраїлі, Індонезії (2 %). В Україні – лише 5 % [559, с. 47].

М'яка сила може залежати від допомоги в розвитку (наприклад, проекти Агентства з міжнародного розвитку "USAID" у галузі науково-технологічних досліджень, а також Агентства US Trade and Development Agency [171]). Проте стратегії США і ЄС щодо взаємодії з іншими країнами відрізняються. Країни ЄС більшою мірою намагаються сприяти сталому соціальному й економічному розвитку країн, що розвиваються, надаючи в рази більшу допомогу, ніж США [45]. М'яка сила Європи створюється тим, що вона спрямовує відносно більшу частку свого ВВП на допомогу країнам, які розвиваються, ніж США. А Велика Британія та Франція, маючи менший розмір, витрачають майже стільки ж коштів на публічну дипломатію, як США. Утім, про-

текціоністський характер єдиної сільськогосподарської політики ЄС погіршує його імідж [140]. В Азії Японія має найкращий імідж як країна, що допомагає розвиватися менш розвиненим країнам регіону [571, с. 19]. Вплив економічної допомоги може тривати достатньо довго. Наприклад, Росія користується в багатьох країнах, що розвиваються, перевагами м'якої сили, створеними завдяки економічній допомозі з боку ще СРСР [232].

За субіндексом процвітання та рівності індексу доброї країни, що характеризує, зокрема, відкритість торгівлі, експорт інвестицій та допомоги, лідерами були: Ірландія, Швейцарія, Фінляндія, Швеція, Бельгія. США – лише на 53-му місці, Україна – на 96-му, Китай – на 108-му, Росія – на 112-му. За субіндексом здоров'я і добробуту індексу доброї країни, що характеризує переважно гуманітарну та харчову допомогу й експорт медикаментів, лідерами були: Іспанія, Нідерланди, Бельгія, Канада, Данія. США – на 7-му місці, Росія – 42-му, Китай – 70-му, Україна – 105-му [542].

Інтеграційні перспективи. Інтеграційні перспективи є ще одним фактором. Особливо це стосується ЄС, який як атрактор притягує до себе дедалі більше нових членів [219]. А Європейська політика сусідства забезпечує м'яку силу ЄС подвійно: як атрактор та спосіб переконати щодо необхідності відповідності нормам і цінностям ЄС [464]. Дійсно, порівняно із США чи іншими розвиненими країнами імідж ЄС більшою мірою залежить від того, чи залишається він відкритим до інтеграції з іншими країнами. Принаймні на регіональному рівні ЄС може запропонувати найтісніший рівень економічної інтеграції. Можливо тому приєднання (хоча і невеликих за розміром країн) Хорватії у 2013 р. до ЄС та Естонії у 2011 р. до єврозони були знаковими сигналами, що ЄС усе ще намагається утримати за собою подібний аспект м'якої політико-економічної сили [257].

Хоча меншою мірою, але цей фактор має роль і для інших інтеграційних центрів. У 2015 р. 56 % європейців виступали за утворення ЗВТ із США (менше половини підтримують цю ідею лише в Австрії, Німеччині та Люксембурзі) [498, с. 35]. В Азії найбільшою мірою надають перевагу утворенню ЗВТ із США (84 % у Китаї, 75 % у Кореї) ніж із регіональними лідерами. Виняток Японія – вони більше бажають ЗВТ із Республікою Корея.

79 % громадян Китаю та 74 % Республіки Корея вважають, що варто створити ЗВТ з Японією. Це досить високі цифри, але вони менші, ніж у випадку зони із США чи АСЕАН. 63 % японців підтримують двосторонню торговельну інтеграцію із США, 53 % із Китаєм. ЗВТ з Республікою Корея підтримують 82 % населення Китаю, 73 Японії і 49 % США [571, с. 12–13, 18, 21, 28, 29]. Елементом м'якої сили Росії є легкі критерії для членства у власних багатосторонніх організаціях порівняно з ЄС [330].

Довіра та спільні інтереси із ключовими економічними центрами світу. Наприклад, громадськість у США найбільшою мірою довіряла Великій Британії (78 %), Японії (62), Франції (59), Ізраїлю (56), Індії (50), Росії (33), Китаю (26), Саудівській Аравії (25), Пакистану (10 %). Американські експерти з урядовців, відставних військових, представників бізнесу і торгівлі, учених і преси мають схожий розподіл довіри до зазначених країн. Однак серед експертів Великої Британія (98–100 % – залежно від категорії експертів) і Японія (94–100) користуються майже повною довірою; Франція (77–97), Ізраїль (63–88) та Індія (67–85) – вищою довірою ніж у громадськості; меншою мірою це також стосується і Саудівської Аравії (46–56) та Китаю (26–34); а у випадку Росії (11–28) та Пакистану (2–13 %) довіра американських експертів є меншою [560, с. 8]. Відповідно, очікуваною буде більша схильність США мати спільні економічні інтереси насамперед із Великою Британією, а не Росією, Китаєм чи деякими країнами району Близького Сходу.

Між США та Китаєм також трапляються непоодинокі торговельні суперечки. Американці занепокоєні торговельним дефіцитом із Китаєм, аутсорсингом робочих місць, а також вважають, що здатність Китаю надавати можливості для американської робочої сили є низькою. Зважаючи на це США більше цінують економічні відносини з ЄС та Японією, ніж із Китаєм [571, с. 24, 29].

У Китаї порівну надають найбільшу перевагу партнерству із США та ЄС порівняно з Японією чи Кореєю [571, с. 12]. Серед шести економік у 2012 р. в Китаї найбільшою часткою позитивних оцінок користувалися Росія (48 %), США (43), ЄС (33), Пакистан (31), Індія (23), Іран (21 %). До Японії в Китаї більше ворожого ставлення (41 %), ніж кооперативного (30 %). Також

порівняно із 2010 р. зменшилася частка китайців, які розглядають відносини із США та Індією як кооперацію. Проте по групах респондентів ставлення різняться. Наприклад, краще ставлення до США (у т. ч. американського стилю бізнесу) у тих китайців, які є багатшими, молодшими, міськими та більш освіченими [405, с. 11–13].

Корпоративні та галузеві бренди. Так само як бренд країни може стимулювати просування товарів, вироблених у країні, потужні бренди корпорацій можуть посилювати бренд країни, де вони базуються [203]. Часто галузевий імідж країн відповідає найвідомішим брендам країни.

Г. Даулінг зазначає, що деякі групи товарів асоціюються з певною країною. Наприклад, вагома частина споживачів сприймають італійські шкіряні вироби, французькі вина тощо як товари особливої якості. А в межах цих груп товарів такі відомі бренди як Gucci збільшують привабливість інших італійських виробників шкіряних виробів [59, с. 234]. Як зауважує Л. Райс, глобальними брендами, наприклад для Італії є Prada, Gucci, Versace; для Франції – Dom Perignon, Mouton Rothschild, Evian; для Німеччини – Mercedes Benz, BMW, Braun. Проте в умовах глобалізації глобальні корпоративні бренди можуть посилити й менші країни, наприклад: Нідерланди (Heineken), Фінляндію (Nokia), Австрію (Red Bull), Швейцарію (Rolex), Швецію (Ikea) [186].

США мають лідерство за кількістю світових брендів (17 з 25) [142]. Вони асоціюється традиційно з такими компаніями як Кока-Кола, МакДональдс, Майкрософт, Форд тощо. З іншого боку, останнім часом американські корпоративні бренди часто перестали бути "вибором за замовчуванням". Вплив американської поп-культури вже не такий значний, що зменшило довіру до американських товарів як похідних від американського способу життя [271]. Також не всі корпоративні бренди та галузі суттєво прямо впливають на бренд країни. Наприклад, експорт хімічної та фармацевтичної промисловості із Швейцарії в рази перевищують експорт її харчової та годинникової промисловості, але саме останні асоціюються із швейцарською культурою [350]. А країнам, що розвиваються, складніше створити міжнародні бренди, продаючи сировину [230].

Респонденти вбачають вагомий досвід Японії в електроніці (відомими брендами є Sony, Toshiba, Panasonic, Nintendo, Hitachi) й автомобілях (Honda, Toyota). Швейцарії – у товарах розкоші (Rolex, Patek Philippe, Swatch, TAG Heuer, Tissote) та фінансових послугах, меншою мірою продуктах харчування та напоях (Toblerone, Netsle, Lindt). Німеччини – в автомобілях (Mercedes-Benz, Audi, Porshe, BMW, Volkswagen), меншою мірою в побутовій техніці й електроніці (Siemens) та інших галузях (Bayer, Lufthanza, Adidas). Швеції – в автомобілях (SAAB, Volvo, Scania), продуктах харчування та напоях (Absolut Vodka) тощо (IKEA, Electrolux, H&M). Проте є і винятки: наприклад, пиво асоціюється з Німеччиною, проте пивні бренди Німеччини не настільки відомі [348, с. 14–26, 31]. Сильні бренди країн при цьому визначаються компетентністю в багатьох галузях, а не одній [348, с. 28].

Проте Т. Циганкова і Т. Завгородня все ж зауважують, що глобальні бренди переважно мало асоціюються із країнами у споживачів. Про це свідчить низька кореляція між індексами бренда країн та сумарною вартістю найдорожчих брендів (до 0,2) [230]. А дослідження Anderson Analytics показало, що студенти-респонденти іноді плутають країни брендів, вважаючи, наприклад, що Nokia та Samsung Electronics є японськими брендами, а Adidas – американським [304].

Т. Крісненсен, Г. Габріельсен і Е. Джаффе стверджують, що імідж країни може бути посилений розміщенням виробництва в ній популярних торгових марок [440]. Іншими словами, бренди популяризують не тільки країну свого походження, але і приймаючи країни для відповідних інвестицій.

Бізнес-культура. На імідж країни впливає характер стилю ведення бізнесу її компаніями. У 2007 р. найбільшими прихильниками американського способу ведення бізнесу були респонденти з Кенії, Нігерії, Кот-д'Івуару, Гани, Кувейту, Ізраїлю, Лівану (не менше 63 % респондентів). А найбільшими супротивниками – Туреччина, Франція, Аргентина, Німеччина, Бразилія, Канада, Пакистан (були проти не менше 56 %) [398]. Принаймні в Латинській Америці й Африці за цим критерієм США є популярнішими ніж Китай [298, с. 3]. Ще одне дослідження показує, що лідерство в ТНК посилює м'яку силу США, зокрема в Азії.

Американські компанії позитивно сприймаються у В'єтнамі (86 %), Японії (80), Республіці Корея (75), меншою мірою в Індонезії (54 %) [571, с. 13].

Імідж Китаю має посередні оцінки за критеріями підприємницького духу та суперечливі оцінки щодо якості китайських товарів [571, с. 7–8, 16, 24]. У Латинській Америці зустрічаються занепокоєння щодо екологічних наслідків інвестицій із Китаю та порушення трудового законодавства [56]. Громадяни США помірно високо оцінюють міжнародну конкурентоспроможність Китаю та його провідні ТНК. 76 % опитаних у В'єтнамі та 68 % в Індонезії вважають, що китайські компанії роблять позитивний внесок у розвиток їх країн. У Республіці Корея ця цифра становила 53 %, у Японії 51, а в США лише 41 %. Щодо Японії, 81 % респондентів у США і 68 % у Китаї позитивно оцінюють внесок компаній Японії у розвиток їх економік [571, с. 24, 27–30].

Л. Гісо, П. Сап'єнса та Л. Дзінгалес досліджували рівень довіри до європейських менеджерів. Краще ставлення було до німецьких менеджерів, потім британських, французьких, іспанських і, нарешті, італійських. Друга за важливістю закономірність – це відносно краще ставлення до менеджерів зі своєї країни [407].

Швеція відома неохильністю компаній до підтримки корупції. Навпаки, компанії із країн із високим рівнем корупції та непрозорості операцій можуть мати проблемний імідж. Низка країн мають традиційну репутацію як ті, що сприяли відмиванню грошей. Деякі дослідники стверджують, що імідж може погіршити використання дитячої праці чи експлуатація робітників [554]. Дж. Барні та Ш. Жан зазначають, що природа бренда країни як колективного блага допускає ризик паразитування на ньому неякісних виробників, якщо тільки для цього немає юридичних й інших бар'єрів у межах державного регулювання чи колективного саморегулювання виробників. Однією із причин зниження якості може бути слабкий захист прав інтелектуальної власності, що дестимулює інвестиції в поліпшення якості продукту [314].

Індустрія масової культури. Культуру також можна розглядати як економічний фактор – як потужний сектор економіки. За рейтингом національного бренда Anholt-GfK Roper США були у 2014 р. лідером у сфері сучасної культури [393]. Проте за індек-

сом доброї країни за відносними показниками культури в лідерах були Бельгія, Нідерланди, Мальта, Австрія, Німеччина. Україна знаходилася на 48-му місці [542].

У 2007 р. найбільшими прихильниками експорту американської музики, кіно і телебачення були Кот-д'Івуар, Канада, Венесуела, Іспанія, Швеція, Ліван, Ізраїль, Японія, Південна Африка (не менше 70 % респондентів), а найменшими – Пакистан, Бангладеш, Туреччина, Палестина, Індія, Танзанія (до 30 %) [398, с. 6]. Позитивне ставлення до американської поп-культури в багатьох країнах є більшим серед молоді та більш освічених осіб. Проте вона є часто менш популярною в ісламських країнах [572]. Також у Латинській Америці й Африці за цим критерієм США суттєво випереджає культурну продукцію Китаю [298, с. 3].

Згідно з дослідженням К. Уїтні та Д. Шамбо у 2008 р. в Азії за культурною м'якою силою у США був індекс від 0,53 (Індонезія) до 0,69 (Японія), у Китаю – від 0,54–0,57 (США, Японія, Республіка Корея) до 0,77 (В'єтнам), Японії – від 0,57–0,59 (Китай, Республіка Корея, Індонезія) до 0,71–0,72 (США, В'єтнам), Республіці Корея – від 0,51–0,53 (США, Індонезія) до 0,74 (В'єтнам) [571, с. 35].

Більшість опитуваних у Японії, Китаї, Кореї та В'єтнамі позитивно оцінюють вплив США у сфері популярної культури, в Індонезії навпаки. Культурна продукція Китаю не настільки успішно проникає в масову культуру сусідніх країн. Переважна більшість мешканців Японії, Республіки Корея та більшість в Індонезії не дивляться або зрідка дивляться китайське кіно та телебачення. Значна частина населення часто дивиться їх лише у В'єтнамі. Імовірною причиною називають, зазвичай, доступність цієї продукції лише китайською мовою, тому вона має вплив переважно на китайську діаспору. З іншого боку, лише 63 % китайців майже не користуються телебаченням чи музикою з Японії [571, с. 15, 17, 25, 30].

Високотехнологічний сектор економіки. Представники США одержують більшість Нобелівських премій, утричі більше ніж Китай публікують наукові роботи у престижних журналах. Усе це також підтримує м'яку економічну силу США [141]. У 2007 р. найбільшими прихильниками американської науки та

технологій були Ефіопія, Кот-д'Івуар, Кувейт, Республіка Корея, Гана, Малі, Нігерія, Сенегал (не менше 85 %), а найменші – Росія, Туреччина, Пакистан, Україна (до 50 %) [398, с. 6]. У цьому разі так само США випереджає Китай, принаймні в Латинській Америці й Африці, хоча і не так сильно [298, с. 3].

Саме високі технології найбільшою мірою забезпечили у 2014–2015 рр. Японії перше, а Німеччині третє місце в індексі бренда країн [348, с. 11, 19]. Проте за рейтингом індексу доброї країни за показниками науки та технології (щодо ВВП) у лідерах були Велика Британія, Австрія, Кіпр, Чеська Республіка, Ізраїль. Україна розміщується на 13-му місці [542]. Саме останній рейтинг більше характеризує внесок високотехнологічного сектору у формування іміджу країни.

В Азії США та Японія лідирують за сприйняттям того, що вони мають розвинену науку і технології. Далі йде Китай, потім Республіка Корея. Громадяни США оцінюють відносно високо досягнення Китаю в науці та техніці [571, с. 9, 17, 25].

Освіта. Важливою є не тільки наука, а й система освіти. Розвинена система освіти допомагає розповсюджувати власні погляди на економічну науку по світу [570, с. 40–41]. Зокрема, світова еліта часто виховується в американських університетах. У США навчається близько півмільйона іноземних студентів [212, с. 46], що можуть поповнити робочу силу США або принаймні посилити м'яку силу США. Американські університети посідають більшість місць у топ-10 найкращих вищих навчальних закладів світу США [141].

Однак стримуючими факторами для США є зростання конкуренції у сфері міжнародних освітніх послуг з боку інших країн і висока вартість навчання та проживання. За кількістю іноземних студентів країни ЄС переважають США [160], хоча потрібно робити поправку на навчання студентів з інших країн ЄС. Зазначимо, що бажання навчатися у країні зробило найбільший внесок у репутацію Великої Британії порівняно з іншими видами економічної діяльності. Лідерами за репутацією місця для навчання були Канада, Велика Британія, Швейцарія та Північна Європа [292].

Згідно з дослідженнями К. Уїтні та Д. Шамбо у 2008 р., за м'якою силою людського капіталу в Азії перше місце займали США

(0,83–0,91), потім Японія – від 0,69–0,69 (США, Китай) до 0,91 (В'єтнам), Китай – від 0,55–0,58 (США, Японія) до 0,80 (В'єтнам), Республіка Корея – від 0,46 (США) до 0,82 (В'єтнам) [571, с. 35]. В Азії США лідирують за сприйняттям того, що вони мають високоосвічене населення, якісні університети. Японія, Китай та Республіка Корея поступаються за цими критеріями. Американці оцінюють помірно високо рівень освіти населення Китаю. Проте Китай має низькі рейтинги як місце, де надають перевагу в навчанні дітей мешканці інших країн Азії – за цим критерієм кращі позиції має США. Наприклад, у Китаї 44 % респондентів за можливості надали би перевагу освіти дітей у США, ще 23 % у ЄС [571, с. 9, 17, 25–26]. Однак ЄС є основним напрямом, куди їдуть китайські міжнародні студенти, внаслідок чого іноді зауважують про роль ЄС як "учителя" Китаю [580].

Трудова міграція. Іммігранти впливають на імідж своєї країни походження. Зокрема, імідж країни залежить від соціального капіталу та мереж між партнерами, які може формувати діаспора [337, с. 3]. Наприклад, імідж Китаю спочатку створювали іммігранти та створювані ними національні квартали та ресторани [139]. 41 % опитаних компанією RAIT литовців, які проживали за кордоном, повідомили, що розповсюджували інформацію про Литву у країні проживання, 20 % сприяли налагодженню контактів між обома країнами [285].

Міграційний клімат у приймаючій країні також може впливати на її імідж у країнах походження мігрантів. Наприклад, іміджу США надають переваги перспективи просування суспільними сходами для іммігрантів. Принаймні теоретично багато людей у світі можуть уявити себе американцями [141]. Респонденти в Азії вважають, що США пропонують найкращі можливості для їх робочої сили. Позитивно оцінюють подібні можливості в Японії (хоча вона є відносно закритою для міграції країною). А Китай за цим критерієм явно відстає [571, с. 8–9, 27]. Лідерами за репутацією місця для проживання та роботи були Швейцарія, Канада, Австралія та Північна Європа [292]. Елементом м'якої сили Росії є право громадянам сусідніх країн подорожувати без віз [330].

Проте закритість у цьому сенсі може погіршити імідж серед країн, для яких це питання є чутливим. Зокрема, імідж США у

Мексикі погіршився у 2010 р. після посилення в Аризоні імміграційного законодавства і поліпшився у 2012 р. у сподіванні на реформування імміграційного законодавства у США [423]. На думку С. Анхольта, якщо міжнародне сприйняття ЄС у 2006 р. було сприятливим у частині продуктів та послуг, інвестиційної та міграційної привабливості, то воно було не таким сприятливим у частині соціальної та міграційної політики [121]. М. Лготакова, П. Краль, Я. Шаміна і М. Тісовські ілюструють різницю в інформаційному висвітленні в різних країнах міграційних процесів у Чеській Республіці. Якщо в Росії акцент робили на візовій політиці щодо російських громадян і випадках відмови студентам, то BBC – на фіктивних шлюбах чеських громадян для проживання у Великій Британії [451].

Інші фактори. Серед інших факторів можна назвати туристичну привабливість. Наведемо кілька прикладів її впливу. Наприклад, природна краса значною мірою забезпечили у 2014–2015 рр. Швейцарії друге місце за індексом бренда країни [348, с. 16], а бажання відвідати у відпустку – Канаді п'яте місце за зазначеним індексом [348, с. 25]. Бажання відвідати зробило найбільший внесок у репутацію Італії порівняно з іншими видами економічної діяльності [292]. Американці помірно високо оцінюють привабливість Китаю як місця для туризму [571, с. 17, 25]. Сама туристична привабливість базується на об'єктах для відвідування, транспортній інфраструктурі, інфраструктурі розваг, рівні комфорту [561]. Та і самі туристичні потоки сильніше формують імідж країни після її відвідування. Наприклад, після відвідування Бразилії туристи краще дізнаються про рівень розвитку країни, але також одержують враження про дорожнечу, контрасти, недостатню якість готелів [456].

Активною складовою формування іміджу є відповідні цільові програми. Різні оцінки щодо державних витрат на підтримку позитивного національного іміджу за кордоном становили 1,4 млрд дол у США, 1,2 млрд дол – у Великій Британії. 1,4 млрд дол – у Франції, 6 млрд дол – у Саудівській Аравії [193]. Однак іноді країни обмежені юридично в можливостях популяризувати свій бренд. Так, Суд ЄС визнав незаконною державну кампанію "Купуй ірландське" як таку, що порушує

принцип вільного руху товарів усередині ЄС. Якщо б таку кампанію проводила би незалежна організація, то це було б дозволено [486]. Б. Іннес, У. Керр і Дж. Хоббс стверджували, що витрати на програми брендингу занадто малі, щоб порушувати оригінальні норми Угоди про сільське господарство СОТ. Та якщо брендингова програма фокусується на секторі сільського господарства та перевищить дозволений відсоток вартості, то вона може підпасти під категорію специфічної субсидії та бути приводом для компенсаційних заходів [430, с. 23–24]. Дж. Най зазначає, що Китаю не вистачає багатьох недержавних організацій (основні зусилля покладені на державні установи). Навпаки, неурядові організації та громадянське суспільство генерують важливу частину м'якої сили США [478].

На внутрішній економічний імідж країни впливає рівень споживчого етноцентризму, коли більш моральним вважають купувати вітчизняні товари. Можлива і протилежна ситуація, коли вітчизняне чи закордонне походження не мають значення, або імпорتنі товари цінуються апріорі вище [518]. Для зовнішнього іміджу, навпаки, краще відсутність споживчого етноцентризму у країнах-імпортерах.

Бажання інвестувати зробило найбільший внесок у репутацію Фінляндії порівняно з іншими видами економічної діяльності [292]. О. Михайловська звертає увагу на вплив із часовим лагом ПП на поширеність інформації про країну в повідомленнях міжнародних інформаційних агентств [125]. Дж. Уоллі розглядає як фактор можливості змінювати кредитні рейтинги [570, с. 36]. Д. Дон також стверджує про загрозу спекуляцією даними рейтингів [65]. О. Кузнецов зауважує, що, крім впливу в реальній площині, долар є також символом – символом задоволення людських бажань, мотивації до діяльності, успішності та статусу [100].

Проте часто ключові економічні фактори іміджу можуть відходити й на другий план. Зокрема, сила бренда обернено пропорційна його обсягу і стислість бренда визначає його ефективність. Наприклад, якщо США асоціюється з американською мрією, Іспанія з коридою, то у свідомості громадськості соціально-економічні проблеми цих країн можуть стати другорядними [275].

Результати важливості факторів сили економічного іміджу світових центрів сили узагальнені нами в табл. 3.1.

Таблиця 3.1. Специфічні фактори сили економічного іміджу центрів сили

Фактори	США	ЄС	Китай
Економічна модель	+	+	
Рівень економічного розвитку	+	+	
Величина економіки	+	++	++
Економічна динаміка	+		+
Внутрішня економічна солідарність	+		+
Зовнішньоекономічна політика	+	++	
Інтеграційні перспективи		++	
Довіра і спільні інтереси із центрами сили	+	+	
Корпоративні та галузеві бренди	+	+	
Бізнес-культура	+	+	
Індустрія масової культури	++	+	
Високотехнологічний сектор економіки	++	+	
Освіта	+	+	
Туристична привабливість		+	
Недержавні організації	+	+	
Інвестиції	+	+	+
Вплив на рейтинги	+	+	
Оцінка позитивних факторів	17	18	5

Примітка: ++ означає помітно кращий рівень, + кращий рівень.

Джерело: складено автором за результатами метадослідження.

Висновки

Таким чином, на привабливість країни впливає широкий спектр економічних факторів: статичних і динамічних; макро-, мезо- і мікроекономічних; внутрішніх та зовнішніх; ненавмисних і штучних. До найважливіших факторів належать: сила економіки, рівень економічного розвитку, стандарти життя, соціальна рівність і зайнятість, якість інфраструктури, освіченість і таланти населення, технологічні досягнення, економічна динаміка та стабільність, природні ресурси. Одні й ті самі економічні фактори можуть неоднозначно впливати на привабливість країни, особливо в різних регіонах світу. Є випадки, коли існує вза-

сходія факторів (наприклад, величина економіки та її динаміка, нерівність розподілу і економічна динаміка).

Ресурс м'якої сили – приваблива соціально-економічна модель країни для більшості населення решти країн, що сприяє економічному успіху та справедливому розподілу благ. Такими можна вважати ліберальну американську модель, більш соціально-орієнтовану європейську, гіпердинамічну регульовану китайську. Проте і в цих моделях є недоліки: надмірне суспільне розшарування, втручання в економіку, умови праці тощо. Економічна криза дещо похитнула віру людей у власну економічну модель у західних суспільствах. Проблемою є і те, що економічна модель не може бути одночасно привабливою для всіх. Не вдалося сформувати власну привабливу економічну модель Росії, але вона є привабливішою для непрозорого бізнесу в інших країнах.

Про позитивний вплив високого рівня розвитку свідчить те, що серед лідерів за м'якою економічною силою майже всі країни – розвинені. З іншого боку, в менш розвинених країнах високий дохід на душу населення може викликати й заздрість та асоціюватися з дорожнечою. Рівень розвитку також впливає на характер цілей політики просування національного бренда.

Більші економіки мають більше можливостей поширювати інформацію про себе. Ними більше цікавляться, про них більша обізнаність у громадськості, що дає можливість сформулювати чітке ставлення. Є ознаки того, що цей фактор може діяти непрямо й у довготерміновій перспективі. Наприклад, поширеність англійської мови у світі є в тому числі результатом економічної ваги Великої Британії, а згодом і США у світі. Однак величина економіки може й "лякати" своїм домінуванням, тоді друга або третя за величиною економіки можуть мати кращий імідж як альтернативні центри сили. Володіючи меншою твердою економічною силою, менші економіки відносно більшою мірою покладаються на можливі переваги свого іміджу.

Динамічний економічний розвиток зазвичай поліпшує імідж країни або інтеграційного утворення. Економічна криза 2008–2009 рр. помітно негативно вплинула на імідж ЄС усередині та зовні, але подолання її наслідків усе ще може поліпшити цей імідж. Проте динамічний розвиток великої економіки може

бути й негативним фактором: її можуть сприймати як потужного конкурента, особливо у країнах зі схожою структурою економіки. Важливою є не тільки поточна динаміка, а і її прогнози, що впливає на економічний оптимізм чи песимізм, особливо серед власного населення. На рівні широкої громадськості економічну динаміку сприймають за динамікою доступності різних груп благ і динамікою доходів із поправкою на динаміку нерівності їх розподілу. Також економічна криза обмежує можливості фінансування PR-заходів.

Недостатній рівень солідарності та єдності в думках може послаблювати імідж країни й особливо інтеграційного утворення. В умовах подолання кризових процесів серед країн – членів ЄС спостерігалися відмінності в поглядах один на одного, на наднаціональні інституції, значення та способи розв'язання економічних проблем. За одними критеріями ментально остеронь від решти ЄС перебувала Греція, за іншими – Німеччина.

Зовнішньоекономічна політика може напряму просувати сприятливі для країни економічні цінності й ідеологію, або викликати схвальні чи несхвальні оцінки дій країни. Найкраще, якщо така ідеологія адекватна викликам часу, прийнятна для більшості країн і використовується всередині країною, що її пропагує і користується довірою. Глобальні ініціативи можуть вплинути на імідж країн, які їх ініціюють. Імідж США як найвпливовішої економіки залежить від якості глобального управління, зокрема на рівні міжнародних інституцій, що були створені за їх сприяння. У разі недоліків глобального управління, обґрунтовано чи ні, але вина покладається часто на США внаслідок їх впливовості. Локальна підтримка зовнішньоекономічних дій США і ЄС у різних країнах сильно співвідноситься з їх іміджем у цих країнах. Україна була серед країн, де найменше звинувачували США та ЄС у своїх негараздах. Важливим впливовим компонентом є донорство в міжнародній допомозі, що сприяє іміджу, насамперед, багатьох країн Західної Європи. Тут помітно відстають, зокрема, Росія, Китай як й Україна.

Інтеграційні перспективи особливо роль грають в іміджі ЄС, який може запропонувати іншим європейським країнам найглибшу економічну інтеграцію. Зважаючи на це навіть у складні

часи ЄС необхідно здійснювати інтеграційні кроки, хоча би на мінімальному рівні. Для інших економік цей фактор відіграє меншу роль через перспективи менш глибокої інтеграції. Росія намагається компенсувати це полегшеними критеріями членства в ЄАЕС порівняно з ЄС.

Наступним фактором є довіра і спільні інтереси з економічними центрами сили. Перевагою Великої Британії та Японії є висока довіра до них з боку США. Помірною довірою користуються Франція, Ізраїль та Індія. Набагато менше в США довіряють Пакистану, Росії та Китаю. У Китаї найбільше довіряють США та Росії на противагу Японії, Індії та Ірану.

Сильні корпоративні бренди та відомі галузеві традиції посилюють імідж країни бренда, навіть невеликої, хоча не всі дослідження це підтверджують. Проте бувають ситуації, коли цінується галузевий бренд у країні за відсутності настільки відомих корпоративних брендів у ній. Імідж США, Німеччини, Швеції посилюють корпоративні бренди в широкому спектрі галузей; Японії – насамперед, в електроніці й автомобілях; Швейцарії – виробництві товарів розкоші, фінансовому секторі, харчовій промисловості; Італії – виробництві одягу. З іншого боку, відомі корпоративні бренди можуть посилити імідж також країн, де вони розміщують виробництво.

Національний стиль ведення бізнесу є ще однією складовою іміджу. Особливості бізнес-культури можуть характеризуватися традиціями якості, прозорості, соціальної відповідальності, захищеністю прав робітників, екологічності виробництва, підприємницького духу, повагою до прав інтелектуальної власності, неохайності до підтримки корупції чи їх протилежністю. Відносно кращий імідж, імовірно, має бізнес-культура США та ЄС (крім Південної Європи).

На імідж країн значною мірою впливає культурна індустрія. Особливо це є активом для США та низки країн ЄС. У світі, навіть в Азії, продукція сектора масової культури США помітно популярніша, ніж Китаю. Однак поп-культура США менш популярна в ісламських країнах та Індії.

Науково-технічні досягнення забезпечують високі позиції у рейтингах м'якої економічної сили для США, Японії, Німеччи-

ни. Щодо величини економіки високі місця за розвитком науки та технологій займають Велика Британія, низка інших країн ЄС та Ізраїль; це є також відносною перевагою для України, що посідає 13-те місце. Система освіти допомагає пропагувати власні наукові досягнення та цінності. У цій сфері лідерами є США та ЄС. Китай відстає як місце, якому надають перевагу в навчанні мешканці інших країн.

Міграція впливає на імідж подвійно. З одного боку, мігранти значною мірою впливають на імідж країни свого походження в країні перебування. З іншого боку, імідж приймаючих країн формує також міграційна політика й умови для проживання та роботи. Можливості для іноземних мігрантів краще оцінюють в США, ЄС ніж у Китаї. Проте суворість міграційного контролю може послаблювати імідж приймаючої країни.

Посилювати імідж економіки країн також можуть PR-заходи та їх фінансування та правові рамки, природні ресурси, туристична привабливість і потоки, споживчий етноцентризм усередині країни та його відсутність за кордоном, бізнес-клімат та іноземні інвестиції, якість інфраструктури, конкуренція, здатність впливати на рейтинги, імідж валюти й інші фактори.

3.2. Міжнародні економічні фактори ставлення до центрів економічної сили

На імідж країни у світі та пов'язане з ним поняття м'якої сили впливає низка економічних, політичних, культурних, технологічних та інших факторів. Саме по собі явище міжнародного іміджу є багатокомпонентним, важливу роль у якому відіграє економічна складова. Ми припускаємо, що міжнародні економічні зв'язки країни респондентів із країною, імідж якої розглядається, можуть впливати на цей імідж завдяки інтенсивності та характеру цих зв'язків.

Специфічним видом іміджу може бути імідж світового економічного лідера, що є фактично суб'єктивним сприйняттям твердої економічної сили країни. Ми також припускаємо, що ймовірним чинником суб'єктивного вибору відповіді на питан-

ня, хто є світовим економічним лідером, є ступінь впливу відповідного економічного центру на економіку країни респондентів. Це, у свою чергу, частково може залежати від тісноти торговельних та інвестиційних зв'язків між ними.

У зазначеній главі ми маємо на меті визначити вплив міжнародних торговельних, інвестиційних та іміджевих зв'язків основних економічних і політичних центрів світу (США, Китай, ЄС, Росія) на локальний імідж цих центрів світу в країні респондентів. Саме ці центри здійснюють найбільший вплив на глобальному рівні або принаймні в регіоні, де розташована Україна. Ми також плануємо визначити міжнародні економічні фактори суб'єктивного бачення світового економічного лідера серед США, Китаю або ЄС громадськістю різних країн.

Хоча в науковій літературі тема факторів іміджу країни є доволі популярною, радше поодинокі дослідження кількісно оцінюють вплив об'єктивних показників двосторонніх економічних зв'язків на імідж країн. Т. Циганкова і Т. Завгородня звертають увагу на залежність індексу брэнда країни від загального їх експорту, туризму, ПП та коефіцієнту міграції, особливо, коли фактори вимірюють у балах, а не звичайних одиницях виміру [230]. А. Роуз припускає, що більший імпорту із країни може асоціюватися з більшою впливовістю країни-експортера у свідомості громадськості країни-імпортера або може існувати зворотний вплив чи ефект спільної причини [507, с. 11]. А. Апетреї та К. Петрушка зазначають, що недостатньо розвинені двосторонні торговельні зв'язки можуть вплинути на імідж торговельного партнера [304]. П.-Л. Чан та Т. Фуджії припускають, що збільшення імпорту з певної країни може як поліпшити імідж країни-експортера (завдяки більшій ознайомленості з її продукцією), так і погіршити (завдяки конкурентному тиску на місцевих виробників). Проте вони не знаходять доказів впливу торговельних потоків на імідж країни [337, с. 22]. Х. Счіавон і Д. Домінгес зазначають, що чим більшою є частка Європи в торгівлі країн Латинської Америки, тим більший пріоритет надають у них Європі порівняно з Північною Америкою [515].

Методика оцінки міжнародних економічних факторів м'якого впливу центрів сили. Наше дослідження проведене за

даними щодо 43 країн із різних континентів. Показники іміджу центру сили (залежні змінні) розраховані нами як частка позитивних відповідей респондентів у певній країні на запитання про ставлення до відповідного центру; експорт, імпорт і накопичені ПП (незалежні змінні) – як частка у ВВП відповідної країни. Джерела даних такі:

- для показників іміджу – база даних або (у випадку Росії) окремі публікації The Pew Research Center [395, с. 2; 398, с. 73; 547],
- для ВВП [576];
- експорту та імпорту – ЮНКТАД [563];
- ПП – скоординований огляд прямих інвестицій МВФ, у випадку ЄС Eurostat, у випадку Китаю частково The China Global Investment Tracker, опублікований The American Enterprise Institute та The Heritage Foundation [347, 378, 540].

Внаслідок відсутності даних МВФ із ПП з материкового Китаю вони розраховані нами непрямым шляхом як вартість найбільших інвестиційних угод (понад 100 млн дол). Дані щодо зовнішньої торгівлі Китаю взяті трьома способами:

- лише для континентального Китаю;
- для континентального Китаю разом з Гонконгом і Макао;
- для континентального Китаю разом із Гонконгом, Макао і Тайванем.

Нас цікавитиме той зі способів, який дає найбільшу кореляцію із залежною змінною.

Усі показники взяті в частках одиниці. Показники динаміки розраховані як різниця між поточним і базовим значенням показника. Як поточні дані використані дані за 2013 р. (за відсутності даних – за найближчий до нього рік). Базовий період – це 2007 р. (або найближчий). Дані за найближчі роки враховані за відсутності даних за 2007 та 2013 рр., оскільки статистику іміджу багатьох країн ведуть нерегулярно. У випадку Росії дані за 2013 р. краще відображають вплив саме економічних, а не політичних факторів, ніж пізніші дані.

Спочатку ми розглядаємо як залежну змінну ставлення до відповідного центру сили, а міжнародні економічні показники й окремі (економічні) складові іміджу – як незалежні змінні. Про-

те це не унеможливило наявності обернених причинно-наслідкових зв'язків. На жаль, нерегулярність вибірки суттєво ускладнює використання тесту Грейнджера для з'ясування наявності прямого чи зворотного впливу. Для мінімізації ефекту зворотного впливу в жодному випадку ми не розглядаємо статичні показники як залежні від динамічних і часткові показники іміджу як залежні від загальних показників іміджу того ж центру сили. За наявності даних ми також розглядаємо окремі складові іміджу як залежні змінні.

Спочатку ми зробимо кореляційний аналіз, потім з обраними показниками лінійний або нелінійний регресійний аналіз. У регресійних моделях ми залишаємо тільки ті незалежні змінні, регресійні коефіцієнти щодо яких статистично значущі згідно з *t*-критерієм. Якщо не зазначено іншого, то передбачається, що істотної гетероскедастичності в моделях не виявлено, розподіл залишків близький до нормального та фактори не вилучали з міркувань мультиколінеарності.

Узагальнено наявність впливу двосторонніх економічних та іміджевих відносин на імідж центрів сили подано в табл. 3.2. Вплив торговельно-інвестиційних зв'язків проілюстрований на рис. 3.1, ураховуючи динамічний і статичний характер показників (але можливий і зворотний вплив).

Таблиця 3.2. Фактори іміджу центрів сили

Фактори/Імідж	США	ЄС	Китай	Росія
Експорт до США				-
Імпорт із США				-
Інвестиції із США				-
Експорт до ЄС		-		
Імпорт із ЄС		-		
Інвестиції із ЄС		-		
Членство в ЄС	+	-	-	
Експорт до Китаю	+	+		
Імпорт із Китаю		++		+
Інвестиції з Китаю			+	
Експорт до Росії		+		+
Імпорт із Росії		+		+
Інвестиції з Росії		+		+

Закінчення табл. 3.2

Фактори/Імідж	США	ЄС	Китай	Росія
Бачення США економічним лідером світу		+	-	
Бачення Китаю економічним лідером світу	+	--		
Вплив США на країну респондента			-	
Вплив Китаю на країну респондента		+		
Урахування інтересів країни з боку США	+	+		
Урахування інтересів країни з боку Китаю			+	
Ставлення до США		+	+	+
Ставлення до ЄС				+
Ставлення до Китаю			+	++
Ставлення до Росії		+	++	
Популярність американського стилю бізнесу		+	++	-
Популярність науково-технічних досягнень США	++	+		++
Популярність сектора масової культури США	++			+

Примітка: + означає наявність позитивного впливу за статичними або динамічними показниками, ++ означає наявність позитивного впливу за статичними та динамічними показниками, мінуси (-) аналогічно, означають наявність негативного впливу.

Джерело: розраховано автором за даними [347; 378; 395, с. 2; 398, с. 73; 540; 547; 563; 576].

Фактори локального іміджу США. За допомогою кореляційного аналізу нами виявлені низка закономірностей (у дужках коефіцієнти кореляції, рівень значущості яких $p < 0,1$). На імідж США в певній країні позитивно впливають: (більше) урахування з боку США інтересів країни (0,69), (позитивне) ставлення до ЄС (0,68), ставлення до сектора масової культури США (0,67), ставлення до науково-технічних досягнень США (0,60), бачення впливовості Китаю у країні (0,58), ставлення до американського стилю бізнесу (0,55), бачення США економічним лідером світу (0,36), урахування з боку Китаю інтересів країни (0,27).

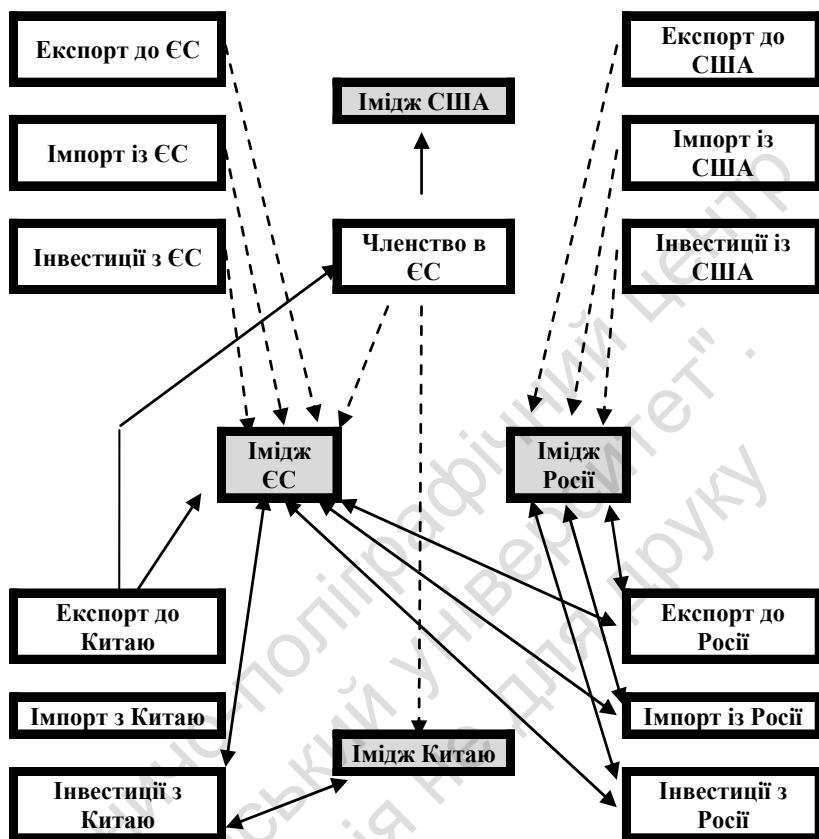


Рис. 3.1. Взаємозв'язок міжнародних економічних факторів та локального іміджу центрів сили

Примітка: пунктирні лінії означають негативний вплив.

Джерело: створено на основі розрахунків автора за даними [347; 378; 395, с. 2; 398, с. 73; 540; 547; 563; 576].

На поліпшення ставлення до США позитивно впливали: поліпшення ставлення до Росії (0,63), ставлення до сектора масової культури США (0,57), поліпшення ставлення до сектора масової

культури США (0,57), поліпшення ставлення до науково-технічних досягнень США (0,40), експорт до (континентального) Китаю (0,40), поліпшення ставлення до американського стилю бізнесу (0,38), поліпшення ставлення до Китаю (0,35), посилення бачення Китаю економічним лідером (0,35), членство в ЄС (0,33); а негативно: ставлення до американського стилю бізнесу (–0,43), посилення бачення США економічним лідером світу (–0,37).

Зазначимо, що у випадках, коли кореляція залежної змінної зі статичним і динамічним вираженням фактору має різний знак, навряд чи слід робити однозначні висновки щодо наявності закономірності. Кореляційний аналіз дозволив попередньо охарактеризувати коло ймовірних факторів.

Внаслідок проведення регресійного аналізу побудована модель для розрахунку статичного показника ставлення до США в країні респондентів (у дужках – рівень значущості для коефіцієнтів регресії, згідно з t-критерієм).

$$FavUS = -0,124 + 0,618IntUS + 0,274FavEU + 0,549AVUS, \quad (3.1)$$

(0,052) (0,000001) (0,068) (0,000038)

де *FavUS* – ставлення до США; *IntUS* – урахування з боку США інтересів країни; *FavEU* – ставлення до ЄС; *AVUS* – ставлення до сектору масової культури США.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,85 значущий ($p = 0,0000$), серійна кореляція 0,096. З моделі ми бачимо, що в певній країні збільшення частки людей, що вважають США країною, яка враховує інтереси їх країни, на 1 в. п. у довгостроковій перспективі супроводжується збільшенням частки людей, що позитивно ставляться до США, на 0,6 в. п.; збільшення частки тих, хто добре ставиться до ЄС на 1 в. п. – майже на 0,3 в. п. (але зробимо застереження, що динамічний показник не підтверджує цю закономірність); збільшення частки тих, хто добре ставиться до сектора масової культури США, на 1 в. п. – на 0,5 в. п. Якщо побудувати схожу модель для частки тих, хто добре ставиться до науково-технічних досягнень США, то її збільшення на 1 в. п. супроводжується збільшенням частки людей, що позитивно ставляться до США, на майже 0,46 в. п.

Динаміку зміни ставлення до США можна розрахувати за такою моделлю:

$$FavUSGr = -0,0595 + 0,508FavRuGr + 0,261AVUS + 0,656AVUSGr, \quad (3.2)$$

(0,310) (0,0140) (0,0356) (0,0388)

де *FavUSGr* – поліпшення ставлення до США; *FavRuGr* – поліпшення ставлення до Росії; *AVUSGr* – поліпшення ставлення до сектора масової культури США.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,66 значущий ($p = 0,0005$). Серійна кореляція становить 0,15. Суттєвої нелінійності впливу факторів не спостерігається за винятком впливу ставлення до сектора масової культури США, де залежність ближче до експоненціальної. Розподіл залишків близький до нормального. З моделі ми бачимо, що в певній країні збільшення частки людей, що позитивно ставляться до Росії, на 1 в. п. супроводжується збільшенням частки людей, що позитивно ставляться до США, на 0,5 в. п. (але ми робимо застереження, що досліджений період був до подій 2014); збільшення частки тих, хто добре ставиться до сектора масової культури США на 1 в. п. – на 0,26 в. п. у довготерміновій перспективі та на 0,66 в. п. у короткотерміновій. Якщо побудувати схожу модель для поліпшення ставлення до науково-технічних досягнень США, то його зростання супроводжується збільшенням частки людей, що позитивно ставляться до США, на 0,61 в. п. Зі статичних і динамічних моделей (4.4), (4.5) та їх аналогів для науково-технічних досягнень США ми бачимо, що регресійні коефіцієнти для сектора масової культури та наукових досягнень США доволі схожі, що свідчить про високу точність результатів щодо зазначених змінних [254].

Фактори іміджу стилю бізнесу США. Розглянемо тепер три окремі економічні складові іміджу як залежні змінні: ставлення до американського стилю бізнесу, сектора масової культури та високотехнологічного сектора США. Узагальнено результати подані нами в табл. 3.3 і на рис. 3.2.

Таблиця 3.3. Фактори економічних компонентів іміджу США

Фактори/Імідж	Американсь- кого стилю бізнесу	Сектора масової культури США	Науково- технічних досягнень США
Інвестиції з ЄС		+	
Членство в ЄС	-	+	
Експорт до Китаю		+	
Імпорт із Китаю			-
Інвестиції з Китаю	+	-	
Експорт до Росії			-
Імпорт із Росії	-		-
Інвестиції з Росії	-		-
Ставлення до ЄС	+	+	+
Ставлення до Китаю	++		
Ставлення до Росії		+	
Бачення США економічним лідером світу		-	+
Бачення ЄС економічним лідером світу	-		-
Бачення Китаю економічним лідером світу	-	+	
Вплив з боку США		+	+
Вплив з боку Китаю	+	+	+
Урахування інтересів країни з боку США	+		
Урахування інтересів країни з боку Китаю			-
Ставлення до американського стилю бізнесу			++
Популярність науково- технічних досягнень США	++	++	
Популярність сектора масової культури США	+		++

Примітка: + означає наявність позитивного впливу за статичними або динамічними показниками, ++ означає наявність позитивного впливу за статичними та динамічними показниками, мінуси (-) аналогічно означають наявність негативного впливу.

Джерело: розраховано автором за даними [347, 378, 540, 547, 563, 576].

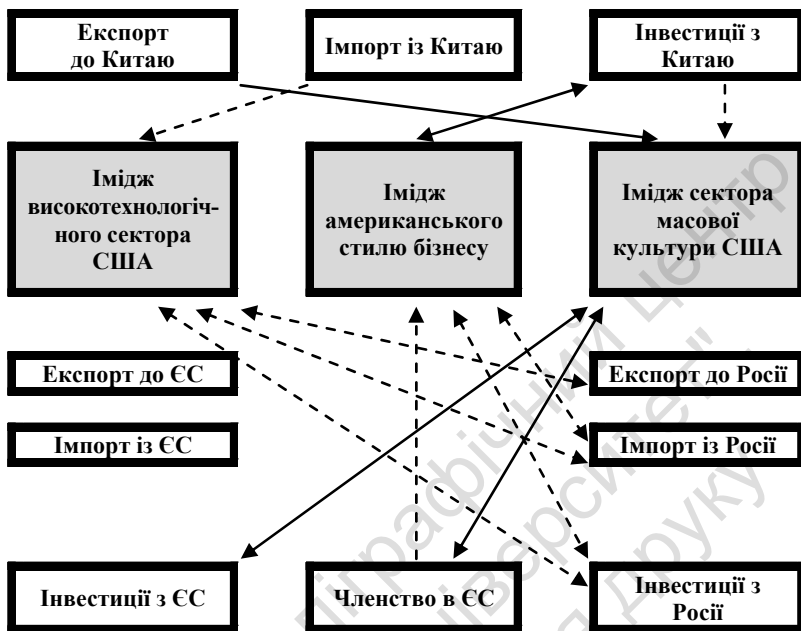


Рис. 3.2. Взаємозв'язок міжнародних економічних факторів та економічних складових іміджу США

Примітка: пунктирні лінії означають негативний вплив.

Джерело: створено на основі розрахунків автора за даними [347, 378, 540, 547, 563, 576].

Ставлення до американського стилю бізнесу позитивно корелює зі ставленням до науково-технічних досягнень США (0,68); урахуванням з боку Китаю інтересів країни (0,65); інвестиціями з Китаю (0,62); урахуванням з боку США інтересів країни (0,60); імпортом із Китаю, у т. ч. Гонконг і Макао (0,53); ставленням до ЄС (0,51), баченням США економічним лідером світу (0,42); ставленням до Китаю (0,40); впливовістю Китаю у країні (0,37); та негативно з інвестиціями з Росії (–0,50), членством у ЄС (–0,37), баченням Китаю економічним лідером світу (–0,37), імпортом із Росії (–0,35).

Поліпшення ставлення до американського стилю бізнесу позитивно корелює із поліпшенням ставлення до науково-технічних досягнень США (0,68), поліпшенням ставлення до американського сектора культури (0,47), поліпшенням ставлення до Китаю (0,41); і негативно з посиленням бачення США економічним лідером світу (–0,64), урахуванням з боку Китаю інтересів країни (–0,40), баченням ЄС економічним лідером світу (–0,37), імпортом із Китаю, у т. ч. Гонконг, Макао і Тайвань (–0,43).

Статична регресійна модель для розрахунку ставлення до американського стилю бізнесу має вигляд:

$$BusUS = -0,0543 + 0,565TechUS + 2,77InvCh + 2,360ImpChHKM, \quad (3.3)$$

(0,310) (0,00093) (0,0443) (0,0482)

де *BusUS* – ставлення до американського стилю бізнесу; *TechUS* – ставлення до науково-технічних досягнень США; *InvCh* – інвестиції з Китаю; *ImpChHKM* – імпорт із Китаю, у т. ч. Гонконг і Макао.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,71 значущий ($p = 0,00004$). Серійна кореляція становить –0,19. Деякі фактори були вилучені з міркувань уникнення мультиколінеарності. Оскільки імпорт та інвестиції з Росії сильно між собою корелюють (0,95), то серед них залишений лише один фактор – інвестиції з Росії – він більшою мірою корелює із залежною змінною, але його вплив значною мірою відображає і вплив інших двох показників. Теж саме стосується бачення США або Китаю економічним лідером світу (0,83). Однак у кінцеву модель і вони не увійшли внаслідок незначущості *t*-статистики.

З моделі ми бачимо, що в певній країні збільшення частки людей, що добре ставляться до науково-технічних досягнень США, на 1 в. п. у довготерміновій перспективі супроводжується збільшенням частки людей, що позитивно ставляться до американського стилю бізнесу, на 0,56 в. п. (а при вилученні з моделі фактора імпорту з Китаю – на 0,76 в. п.); збільшення відношення інвестицій із Китаю до ВВП на 1 в. п. – на 2,8 в. п.; відношення імпорту з Китаю до ВВП на 1 в. п. – на 2,4 в. п. (4 в. п.), але щодо останнього фактора зробимо застереження, що динамічний показник не підтверджує цей вплив.

Динамічна регресійна модель для розрахунку поліпшення ставлення до американського стилю бізнесу має вигляд:

$$BusUSGr = 0,0308 + 0,716TechUSGr - 0,544LeadUSGr, (3.4)$$

(0,044) (0,0032) (0,0032)

де *BusUSGr* – поліпшення ставлення до американського стилю бізнесу; *TechUSGr* – поліпшення ставлення до науково-технічних досягнень США; *LeadUSGr* – посилення бачення США економічним лідером світу.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,71 значущий ($p = 0,00035$). Серійна кореляція становить $-0,16$. Суттєвої нелінійності впливу факторів і гетероскедастичності не спостерігається (за винятком промірної у випадку впливу посилення бачення США економічним лідером світу). З моделі ми бачимо, що зростання частки людей, що добре ставляться до науково-технічних досягнень США на 1 в. п., супроводжується збільшенням частки людей, які позитивно ставляться до американського стилю бізнесу, на 0,72 в. п. (що близько до значення, яке показує статична модель); зростання частки людей, що вважають США економічним лідером світу, на 1 в. п. – навпаки, зменшує на 0,54 в. п. (але статичний показник не підтверджує цей ефект).

Фактори іміджу культурної індустрії США. Ставлення до американського сектора масової культури позитивно корелює зі ставленням до ЄС (0,55), ставленням до науково-технічних досягнень США (0,52), членством у ЄС (0,47), впливовістю Китаю у країні (0,46), інвестиціями з ЄС (0,43), баченням Китаю економічним лідером світу (0,42), впливовістю США у країні (0,37), ставленням до Росії (0,34).

Поліпшення ставлення до американського сектора масової культури позитивно корелює із поліпшенням ставлення до американського стилю бізнесу (0,47), експортом до (континентального) Китаю (0,42), поліпшенням ставлення до науково-технічних досягнень США (0,37); і негативно з посиленням бачення США економічним лідером світу ($-0,45$), інвестиціями з Китаю ($-0,45$), ставленням до американського стилю бізнесу ($-0,44$).

Статична регресійна модель для розрахунку ставлення до американського сектора масової культури (а точніше, музики, кіно і телебачення) має вигляд:

$$AVUS = 0,0365 + 0,411TechUS + 0,411FavEU + 0,165MembEU, \quad (3.5)$$

(0,747) (0,0285) (0,0188) (0,0015)

де *MembEU* – бінарна змінна (1, якщо член ЄС; 0, якщо не член ЄС).

Коефіцієнт детермінації моделі 0,58 значущий ($p = 0,0003$). Серійна кореляція становить $-0,003$. З моделі ми бачимо, що в певній країні збільшення частки людей, що добре ставляться до науково-технічних досягнень США на 1 в. п. у довготерміновій перспективі супроводжується збільшенням частки людей, які позитивно ставляться до американського сектора масової культури, на 0,4 в. п.; збільшення частки тих, хто добре ставиться до ЄС, на 1 в. п. – на 0,4 в. п.; членство в ЄС – на 16,5 в. п. Якщо побудувати схожу модель для відношення інвестицій із ЄС до ВВП, то його збільшення на 1 в. п. супроводжується збільшенням частки людей, які позитивно ставляться до американського сектора масової культури, на 0,43 в. п.

Щодо створення динамічної регресійної моделі для розрахунку поліпшення ставлення до американського сектора масової культури існує низка проблем. Через різний знак кореляції закономірність щодо впливу ставлення до американського стилю бізнесу не можна вважати надійним. Фактори експорту й інвестицій із Китаю є менш теоретично обґрунтованими. Зважаючи на це умовно придатною можна назвати однофакторну модель:

$$AVUSGr = 0,0321 + 0,386TechUSGr, \quad (3.6)$$

(0,031) (0,097)

Коефіцієнт детермінації моделі 0,14 значущий ($p = 0,0974$). Серійна кореляція становить $-0,15$. З моделі ми бачимо, що в певній країні збільшення частки людей, що добре ставляться до науково-технічних досягнень США, на 1 в. п. у короткостроковій перспективі супроводжується збільшенням частки людей, які позитивно ставляться до американського сектора масової культури, також на 0,4 в. п. (практично як і у статичній моделі). Побудова аналогічної моделі для фактора посилення бачення

США економічним лідером світу зіштовхується із проблемою гетероскедастичності та нелінійності зв'язку.

Фактори іміджу високотехнологічного сектора США.

Ставлення до науково-технічних досягнень США позитивно корелює зі ставленням до американського стилю бізнесу (0,68), впливовістю Китаю у країні (0,54), ставленням до американського сектора культури (0,52), урахуванням з боку США інтересів країни (0,50), ставленням до ЄС (0,49), баченням США економічним лідером світу (0,42), ставленням до Росії (0,39), впливовістю США у країні (0,37); та негативно з інвестиціями з Росії (–0,51), експортом із Росії (–0,34), імпортом із Росії (–0,32).

Поліпшення ставлення до науково-технічних досягнень США позитивно корелює з поліпшенням ставлення до американського стилю бізнесу (0,68), поліпшенням ставлення до Росії (0,43), поліпшенням ставлення до американського сектора культури (0,37); та негативно з імпортом із Китаю, у т. ч. Гонконг, Макао і Тайвань (–0,62); урахуванням із боку США інтересів країни (–0,53); баченням ЄС економічним лідером світу (–0,49); ставленням до Росії (–0,46); урахуванням із боку Китаю інтересів країни (–0,38).

Статична регресійна модель для розрахунку ставлення до науково-технічних досягнень США (що фактично відображає складову іміджу за рахунок функціонування високотехнологічних галузей) має вигляд:

$$TechUS = 0,0387 + 0,328BusUS + 0,337AVUS - 17,82InvRu, (3.7) \\ (0,000000) (0,00076) (0,000083) (0,0131)$$

де *InvRu* – інвестиції з Росії.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,74 значущий ($p = 0,0000$). Серійна кореляція становить –0,04. Оскільки експорт до Росії, імпорт та інвестиції з Росії сильно між собою корелюють (0,95–0,98), то серед них залишений лише один фактор – інвестиції з Росії – він більшою мірою корелює із залежною змінною. З моделі ми бачимо, що в певній країні зростання частки людей, що добре ставляться до американського стилю бізнесу, на 1 в. п. у довготерміновій перспективі супроводжується збільшенням частки людей, які позитивно ставляться до науково-технічних досягнень США, на 0,33 в. п.; зростання частки тих, хто добре

ставиться до американського сектора масової культури, на 1 в. п. – на 0,34 в. п.; збільшення відношення інвестицій з Росії до ВВП на 1 в. п. – зменшенням на майже 18 в. п.

Динамічна регресійна модель для розрахунку поліпшення ставлення до науково-технічних досягнень США має вигляд:

$$TechUSGr = 0,0468 + 0,361BusUSGr - 1,056ImpChHKMT, (3.8)$$

(0,105) (0,0298) (0,0286)

де *ImpChHKM* – імпорт із Китаю, у т. ч. Гонконг, Макао і Тайвань.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,54 значущий ($p = 0,0014$). Серійна кореляція становить $-0,18$ (викликана фактором імпорту з Китаю). З моделі ми бачимо, що в певній країні збільшення частки людей, що добре ставляться до американського стилю бізнесу, на 1 в. п. і в короткотерміновій перспективі супроводжується збільшенням частки людей, що позитивно ставляться до науково-технічних досягнень США, також на 0,36 в. п. (практично як і статичній моделі); а збільшення відношення імпорту з Китаю до ВВП на 1 в. п. – зменшує на 1 в. п.

Фактори локального іміджу ЄС. За допомогою кореляційного аналізу нами виявлені такі закономірності щодо впливу факторів на імідж ЄС (у дужках коефіцієнти кореляції, рівень значущості яких $p < 0,1$).

На імідж ЄС у певній країні позитивно впливають: (позитивне) ставлення до США (0,68), ставлення до американського сектора масової культури (0,55), ставлення до Росії (0,53), ставлення до американського стилю бізнесу (0,51), ставлення до науково-технічних досягнень США (0,49), (більше) бачення впливовості Китаю на країну (0,46), експорт до Росії (0,41), імпорт із Росії (0,38), інвестиції з Росії (0,31), урахування з боку США інтересів країни (0,27), імпорт із (материкового) Китаю (0,27).

На поліпшення ставлення до ЄС позитивно впливали: експорт до (материкового) Китаю (0,35); бачення США економічним лідером світу (0,32); імпорт із Китаю, у т. ч. Гонконг, Макао і Тайвань (0,31). А негативно: інвестиції з ЄС ($-0,70$), членство у ЄС ($-0,63$), ставлення до сектора масової культури США ($-0,53$), бачення Китаю економічним лідером світу ($-0,50$), посилення бачення Китаю економічним лідером світу ($-0,44$), експорт до ЄС ($-0,37$), імпорт із ЄС ($-0,33$).

Внаслідок проведення регресійного аналізу нами побудовано модель для розрахунку статичного показника ставлення до ЄС у певній країні:

$$FavEU = 0,0858 + 0,411FavUS + 0,449FavRu, \quad (3.9)$$

(0,119) (0,000001) (0,000361)

де *FavEU* – ставлення до ЄС; *FavUS* – ставлення до США; *FavRu* – ставлення до Росії.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,64 значущий ($p = 0,0000$). Серійна кореляція становить $-0,49$. Існує помітна гетероскедастичність і нелінійність зв'язку у випадку фактора ставлення до США. Внаслідок зазначених проблем (нелінійність, гетероскедастичність, серійна кореляція), особливо ураховуючи, що в моделі немає суто економічних факторів, ця модель не є достатньо прийнятною для цілей дослідження. Зважаючи на це нами побудовано альтернативна модель:

$$FavEU = -0,0198 + 0,496BusUS + 0,380AVUS + 5,865ExpRu, \quad (3.10)$$

(0,801) (0,00029) (0,00206) (0,0837)

де *BusUS* – ставлення до американського стилю бізнесу; *AVUS* – ставлення до американського сектора масової культури; *ExpRu* – експорт до Росії.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,61 значущий ($p = 0,0000$). Серійна кореляція становить $-0,19$. Оскільки експорт до Росії, імпорт та інвестиції з Росії сильно між собою корелюють (0,95–0,97), то серед них залишений лише один фактор – експорт до Росії – він більшою мірою корелює із залежною змінною, але його вплив значною мірою відображає й вплив інших двох показників. З моделі ми бачимо, що в певній країні зростання частки людей, які добре ставляться до американського стилю бізнесу, на 1 в. п. у довготерміновій перспективі супроводжується збільшенням частки людей, що позитивно ставляться до ЄС, на майже 0,5 в. п.; зростання частки тих, хто добре ставиться до американського сектора масової культури, на 1 в. п. – майже на 0,4 в. п.; збільшення відношення експорту в Росію до ВВП на 1 в. п. – на 6 в. п. Якщо побудувати схожу модель для відношення імпорту з Росії до ВВП, то його збільшення супроводжується збільшенням частки людей, що позитивно ставляться до ЄС, на майже 2,5 в. п.

Динаміку зміни ставлення до ЄС можна розрахувати за такою моделлю:

$$FavEUGr = -0,0466 - 0,474InvEU + 0,962ImpCh, \quad (3.11)$$

(0,138) (0,00022) (0,0700)

де *FavEUGr* – поліпшення ставлення до ЄС; *InvEU* – інвестиції з ЄС; *ImpCh* – імпорт із Китаю.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,56 значущий ($p = 0,0003$). Серійна кореляція становить 0,23. Оскільки експорт до ЄС, імпорт та інвестиції з ЄС сильно між собою корелюють (0,80–0,89), то серед них залишений лише один фактор – інвестиції з ЄС. З моделі ми бачимо, що в певній країні зростання відношення інвестицій із ЄС до ВВП на 1 в. п. супроводжується зменшенням частки людей, що позитивно ставляться до ЄС, на майже 0,5 в. п.; збільшення відношення імпорту з Китаю до ВВП на 1 в. п. – навпаки збільшує на майже 1 в. п. Якщо побудувати схожу модель для відношення експорту до Китаю до ВВП, то його збільшення супроводжується збільшенням частки людей, що позитивно ставляться до ЄС, на 0,82 в. п. А збільшення відношення експорту в ЄС або імпорту з ЄС до ВВП супроводжується зменшенням частки людей, що позитивно ставляться до ЄС, на 0,26 в. п. [253].

Фактори локального іміджу Китаю. За допомогою кореляційного аналізу нами виявлені такі ймовірні закономірності впливу факторів на імідж Китаю (у дужках коефіцієнти кореляції, рівень значущості яких $p < 0,1$). Імідж Китаю в певній країні позитивно корелює з: (більшим) урахуванням інтересів країни з боку Китаю (0,67); інвестиціями з Китаю (0,41); (кращим) ставленням до американського стилю бізнесу (0,40); ставленням до Росії (0,37); імпортом із Китаю, у т. ч. Гонконг і Макао (0,29); і негативно з впливовістю США у країні (–0,50) та членством у ЄС (–0,31).

На поліпшення ставлення до Китаю позитивно впливали: поліпшення ставлення до американського стилю бізнесу (0,41), краще ставлення до Китаю (0,35), поліпшення ставлення до США (0,34), поліпшення ставлення до Росії (0,33); та негативно: посилення бачення США економічним лідером світу (–0,46).

Внаслідок проведення регресійного аналізу побудовано модель для розрахунку статичного показника ставлення до Китаю в певній країні (у дужках – рівень значущості для коефіцієнтів регресії, згідно з t -критерієм).

$$FavCh = 0,520 + 0,491IntCh - 0,469InflUS + 0,515FavRu, \quad (3.12)$$

(0,0006) (0,000032) (0,0052) (0,022)

де $FavCh$ – ставлення до Китаю; $IntCh$ – урахування з боку Китаю інтересів країни; $InflUS$ – впливовість США у країні; $FavRu$ – ставлення до Росії.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,66 значущий ($p = 0,00000$). Серійна кореляція становить 0,011. З моделі ми бачимо, що в певній країні збільшення частки людей, які вважають Китай країною, що враховує інтереси їх країни, на 1 в. п. у довготерміновій перспективі супроводжується збільшенням частки людей, що позитивно ставляться до Китаю, на 0,5 в. п.; збільшення частки тих, хто добре ставиться до Росії, на 1 в. п. – також на 0,5 в. п.; збільшення частки тих, хто вважає, що США впливові у їх країні, на 1 в. п. – навпаки зменшує на 0,47 в. п.

Альтернативна модель, що містить інвестиційні зв'язки як фактор має вигляд:

$$FavCh = 0,462 + 3,58InvCh, \quad (3.13)$$

(0,000000) (0,019)

де $InvCh$ – інвестиції з Китаю.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,17 значущий ($p = 0,019$). Серійна кореляція становить $-0,29$. Проте спостерігається нелінійності впливу і гетероскедастичність, тому логарифмічна модель дає кращі результати:

$$FavCh = 0,899 + 0,743\ln(InvCh), \quad (3.14)$$

(0,000000) (0,00011)

Коефіцієнт детермінації моделі 0,40 значущий ($p = 0,0001$). Серійна кореляція становить $-0,10$. Найкращі ж результати із практичного погляду зору дає модель:

$$FavCh = 0,923 + 0,363IntCh - 0,436InflUS + 0,0417\ln(InvCh), \quad (3.15)$$

(0,000012) (0,008) (0,021) (0,016)

Коефіцієнт детермінації моделі 0,67 значущий ($p = 0,00001$). Серійна кореляція становить 0,013. З моделі ми бачимо, що в пев-

ній країні зростання частки людей, які вважають Китай країною, що враховує інтереси їх країни, на 1 в. п. у довготерміновій перспективі супроводжується збільшенням частки людей, що позитивно ставляться до Китаю, на 0,36 в. п.; зростання частки тих, хто вважає, що США впливові у їхній країні, на 1 в. п. – навпаки зменшує на 0,44 в. п. Із формули (3.13) ми бачимо, що збільшення відношення інвестицій з Китаю до ВВП приймаючої країни на 1 в. п. збільшує в середньому частку людей з позитивним ставленням до Китаю на 3,6 в. п. Та оскільки залежність нелінійна, то найбільший ефект досягається при зростанні інвестицій у країнах, де їх мало. При досягненні певного рівня насиченості інвестиціями з Китаю подальше їх збільшення дає мінімальний позитивний ефект для іміджу Китаю. Логарифмічну залежність показано на рис. 3.3 (одиниці виміру подані як частки від одиниці, а не відсотки).

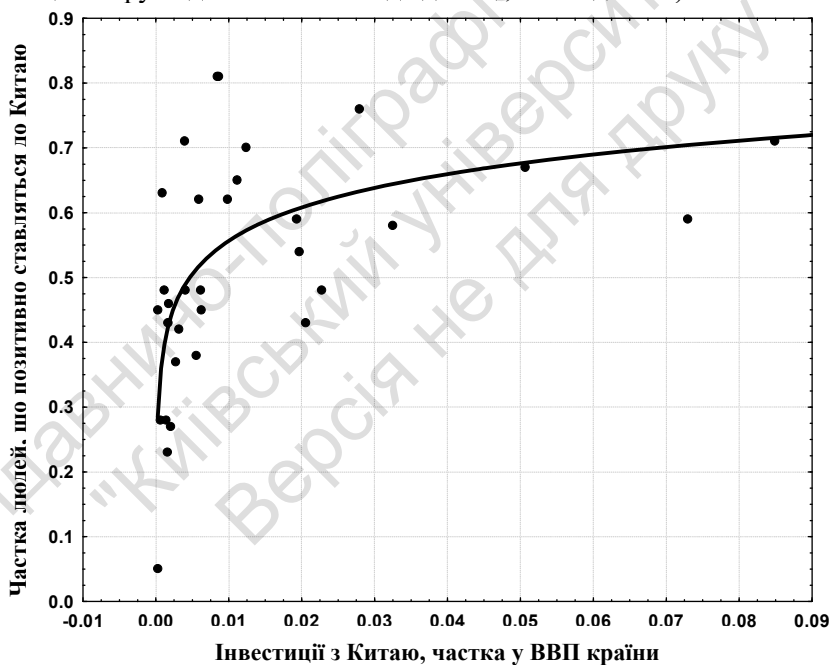


Рис. 3.3. Залежність ставлення до Китаю від частки інвестицій із Китаю у ВВП країни

Джерело: розраховано автором за даними [540, 547].

Динаміку зміни ставлення до Китаю можна розрахувати за такою моделлю:

$$FavChGr = -0,116 + 0,192FavCh - 0,480LeadUSGr, \quad (3.16)$$

(0,027) (0,045) (0,052)

де *FavChGr* – поліпшення ставлення до Китаю; *LeadUSGr* – посилення бачення США економічним лідером світу.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,35 значущий ($p = 0,013$). Серійна кореляція становить $-0,15$. Суттєвої нелінійності впливу факторів і гетероскедастичності не спостерігається (за винятком невеликої у випадку фактора ставлення до Китаю). З моделі ми бачимо, що в певній країні зменшення частки людей, які вважають США економічним лідером світу, на 1 в. п. збільшує частку людей, що позитивно ставляться до Китаю, на майже 0,5 в. п. А кожний додатковий 1 в. п. стартової частки людей, що позитивно ставляться до Китаю, прискорює її зростання на 0,2 в. п. Іншими словами, поліпшення ставлення до Китаю відбувається більшою мірою там, де воно вже було відносно кращим.

Фактори локального іміджу Росії. За допомогою кореляційного аналізу нами виявлені такі фактори впливу на імідж Росії (у дужках коефіцієнти кореляції, рівень значущості яких $p < 0,1$). На імідж Росії в певній країні впливають позитивно: експорт до Росії (0,61), імпорт із Росії (0,58), прямі інвестиції з Росії (0,57), ставлення до ЄС (0,53), ставлення до науково-технічних досягнень США (0,39), ставлення до Китаю (0,37), ставлення до американського сектора масової культури (0,34), імпорт із материкового Китаю (0,31).

На динаміку ставлення до Росії позитивно впливають поліпшення ставлення до США (0,63), поліпшення ставлення до науково-технічних досягнень США (0,43), поліпшення ставлення до Китаю (0,33); і негативно експорт до США ($-0,40$), імпорт із США ($-0,36$), ставлення до американського стилю бізнесу ($-0,33$), накопичені прямі інвестиції з США ($-0,32$).

Внаслідок проведення регресійного аналізу побудовано модель для розрахунку статичного показника ставлення до Росії

в певній країні (у дужках – рівень значущості для коефіцієнтів регресії, згідно з t -критерієм):

$$FavRu = 0,0536 + 3,94ExpRu + 0,32FavEU + 0,25FavCh, \quad (3.17)$$

$$(0,388) \quad (0,00004) \quad (0,0028) \quad (0,0013)$$

де $FavRu$ – ставлення до Росії; $ExpRu$ – експорт до Росії; $FavEU$ – ставлення до ЄС; $FavCh$ – ставлення до Китаю.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,65 значущий ($p = 0,0000$). Серійна кореляція становить 0,14. Існує невелике відхилення від нормального розподілу залишків. Оскільки експорт до Росії, імпорт і прямі інвестиції з неї сильно між собою корелюють (0,95–0,98), серед них залишений лише один показник – експорт до Росії – він суттєво більше корелює із залежною змінною, його вплив значною мірою відображає вплив зазначених інших двох показників.

З моделі ми бачимо, що в певній країні зростання частки людей, які позитивно ставляться до ЄС, на 1 в. п. у довготерміновій перспективі супроводжується збільшенням частки людей, що позитивно ставляться до Росії, на 0,32 в. п.; зростання частки людей, що позитивно ставляться до Китаю, на 1 в. п. – на 0,25 в. п.; а збільшення відношення експорту в Росію до ВВП країни на 1 в. п. – майже на 4 в. п. Моделі зі схожою специфікацією, але для імпорту та прямих інвестицій показують, що збільшення відношення імпорту з Росії до ВВП країни на 1 в. п. – поліпшує ставлення до неї на 2,5 в. п., збільшення відношення накопичених прямих інвестицій з Росії до ВВП країни на 1 в. п. – майже на 13 в. п.

Динаміку зміни ставлення до Росії можна розрахувати за такою моделлю:

$$FavRuGr = -0,0641 - 0,45ExpUS + 0,40FavUSGr, \quad (3.18)$$

$$(0,0003) \quad (0,023) \quad (0,0001)$$

де $FavRuGr$ – поліпшення ставлення до Росії; $ExpUS$ – експорт до США; $FavUSGr$ – поліпшення ставлення до США.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,48 значущий ($p = 0,0001$). Серійна кореляція становить $-0,03$. Оскільки експорт до США й

імпорт із США сильно між собою корелюють (0,85), то серед них залишений лише один показник – експорт до США. Суттєвої нелінійності впливу факторів і гетероскедастичності не спостерігається, крім як у випадку експорту до США, де, імовірно, точніше описувала би вплив нелінійна функція.

З моделі ми бачимо, що в певній країні зростання частки людей, що позитивно ставляться до США на 1 в. п. супроводжується збільшенням частки населення, що позитивно ставляться до Росії, на 0,4 в. п. А збільшення експорту в США до ВВП країни на 1 в. п. – до зменшення частки населення, що позитивно ставляться до Росії, на 0,45 в. п. Моделі зі схожою специфікацією, але для імпорту та прямих інвестицій показують, що збільшення відношення імпорту з США до ВВП країни на 1 в. п. – погіршують ставлення до Росії на 0,66 в. п., збільшення відношення накопичених прямих інвестицій із США до ВВП країни на 1 в. п. – майже на 0,38 в. п. [237].

Міжнародні економічні фактори іміджу світового економічного лідера. Далі ми розглянемо фактори суб'єктивного сприйняття економіки, що є економічним лідером світу. Наше дослідження проведене за даними по 42 країнах з різних континентів [247, 263]. Показники бачення економічним лідером світу того чи іншого економічного центру світу (США, ЄС, Китаю) – залежні змінні – розраховані нами як частка відповідного вибору респондентами із країн світу цього економічного центру економічним лідером. Решта методологічних особливостей такі самі, як у дослідженні факторів іміджу США, ЄС, Китаю та Росії, про що йшлося на початку зазначеного підрозділу. Узагальнено результати наших розрахунків подано в табл. 3.4. та на рис. 3.4. У більшості випадків зворотний вплив усе ж дуже малоймовірний із теоретичних міркувань.

Таблиця 3.4. Фактори іміджу світового економічного лідера

Фактори / Економічний лідер	США	ЄС	Китай
Експорт до США			-
Імпорт із США		+	-
Інвестиції із США			+
Експорт до ЄС	--		++
Імпорт із ЄС		-	++
Інвестиції з ЄС	--		++
Членство в ЄС	--	-	+
Експорт до Росії	-		
Імпорт із Росії	-		
Бачення економічним лідером США	+	+	--
Бачення економічним лідером ЄС			-
Бачення економічним лідером Китаю	--	-	+

Джерело: розраховано автором за даними [347, 378, 540, 547, 563, 576].

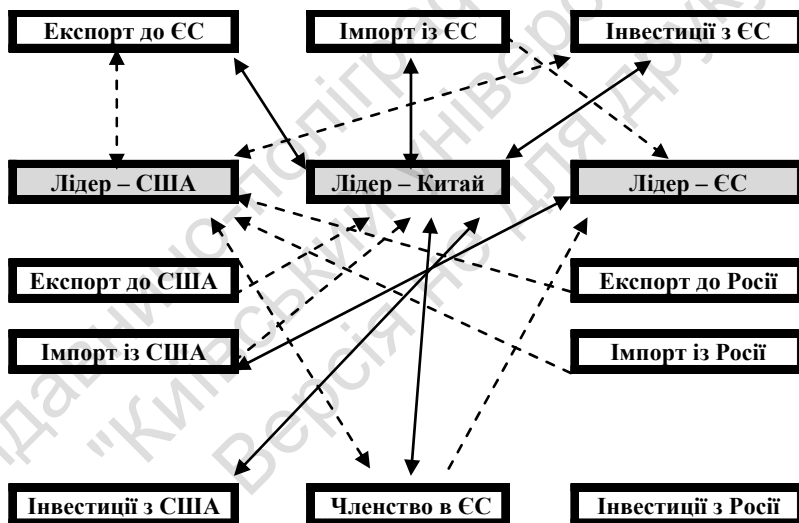


Рис. 3.4. Взаємозв'язок міжнародних економічних факторів та іміджу світового економічного лідера

Примітка: пунктирні лінії означають негативний вплив.

Джерело: створено на основі розрахунків автора за даними [347, 378, 540, 547, 563, 576].

За допомогою кореляційного аналізу нами виявлені такі закономірності (у дужках коефіцієнти кореляції, рівень значущості $< 0,1$). Бачення економічним лідером США негативно корелює з (більшим) баченням економічним лідером Китаю $(-0,83)$, інвестиціями з ЄС $(-0,50)$, членством у ЄС $(-0,39)$, експортом до ЄС $(-0,31)$. Посилення бачення економічним лідером США позитивно корелює з баченням економічним лідером США $(0,59)$, і негативно з посиленням бачення Китаю економічним лідером $(-0,77)$, інвестиціями з ЄС $(-0,63)$, членством у ЄС $(-0,57)$, баченням економічним лідером Китаю $(-0,50)$, експортом до ЄС $(-0,49)$, експортом у Росію $(-0,42)$, імпортом з Росії $(-0,39)$.

Бачення економічним лідером ЄС позитивно корелює з імпортом із США $(0,27)$. Посилення бачення економічним лідером ЄС позитивно корелює з баченням економічним лідером США $(0,49)$ і негативно з баченням Китаю економічним лідером $(-0,54)$, імпортом із ЄС $(-0,45)$, членством у ЄС $(-0,40)$.

Бачення економічним лідером Китаю позитивно корелює з інвестиціями з ЄС $(0,58)$, членством у ЄС $(0,53)$, експортом до ЄС $(0,30)$, інвестиціями із США $(0,29)$, імпортом із ЄС $(0,28)$ і негативно з баченням економічним лідером США $(-0,83)$. Посилення бачення економічним лідером Китаю позитивно корелює з баченням Китаю економічним лідером $(0,82)$, інвестиціями з ЄС $(0,76)$, членством у ЄС $(0,72)$, експортом до ЄС $(0,60)$, імпортом із ЄС $(0,56)$ і негативно з баченням економічним лідером США $(-0,86)$, посиленням бачення економічним лідером США $(-0,77)$, експортом до США $(-0,46)$, посиленням бачення ЄС економічним лідером $(-0,43)$, імпортом із США $(-0,39)$.

У регресійному аналізі ми надаємо пріоритет показникам міжнародних економічних відносин при виборі факторів. Внаслідок проведення регресійного аналізу побудована модель для розрахунку статичного показника бачення США економічним лідером світу (у дужках – рівень значущості для коефіцієнтів регресії, згідно із t -критерієм):

$$LeadUS = 0,540 - 0,626InvEU, \quad (3.19) \\ (0,000000) (0,0016)$$

де $LeadUS$ – бачення США економічним лідером світу, $InvEU$ – інвестиції з ЄС.

Ми взяли як незалежну змінну лише інвестиції також тому, що вони достатньо сильно корелюють з іншими показниками ЄС. Коефіцієнт детермінації моделі 0,31 значущий ($p = 0,0016$). Серійна кореляція зависока і становить -0,36. Спостерігається невелика нелінійність впливу та гетероскедастичність. Зважаючи на це кращі результати дає така модель (але й вона не розв'язує проблему серійної кореляції):

$$LeadUS = 0,237 - 0,094 \ln(InvEU), \quad (3.20)$$

$$(0,00037) \quad (0,00066)$$

Коефіцієнт детермінації моделі 0,35 значущий ($p = 0,00066$). Серійна кореляція становить -0,29. Динаміку зміни бачення США економічним лідером можна розрахувати за такою моделлю:

$$LeadUSGr = 0,028 - 0,533 InvEU, \quad (3.21)$$

$$(0,35) \quad (0,0087)$$

де $LeadUSGr$ – посилення бачення США економічним лідером світу.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,40 значущий ($p = 0,0087$). Серійна кореляція становить -0,15. Як ми бачимо із формул (3.19) і (3.21), у середньому збільшення відношення інвестицій із ЄС до ВВП країни на 1 в. п. призводить до зменшення частки людей у країні, які вважають США світовим економічним лідером, на 0,53 або 0,63 в. п. Тобто, обидві моделі (статична і динамічна) дають схожі результати.

Ми утримуємося від побудови статичної моделі для бачення ЄС економічним лідером, оскільки єдиний значущий коефіцієнт кореляції з імпортом із США значущий лише при $p = 0,096$. Динаміку зміни бачення ЄС економічним лідером можна розрахувати за такою моделлю:

$$LeadEUGr = -0,0338 - 0,385 ImpEU, \quad (3.22)$$

$$(0,075) \quad (0,036)$$

де $LeadEUGr$ – посилення бачення ЄС економічним лідером світу; $ImpEU$ – імпорт із ЄС.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,20 значущий ($p = 0,036$). Серійна кореляція становить 0,13. Як ми бачимо, у середньому збільшення відношення інвестицій із ЄС до ВВП країни на 1

в. п. призводить до зменшення частки людей у країні, які вважають ЄС світовим економічним лідером, на майже 0,4 в. п. Імовірно, це зумовлено тим, що пов'язані з ЄС країни сильніше відчули фінансову кризу в ЄС.

Модель для розрахунку статичного показника бачення Китаю економічним лідером світу має вигляд:

$$LeadCh = 0,185 + 0,861InvUS + 0,749InvEU, \quad (3.23)$$

(0,000036) (0,09) (0,0002)

де *LeadCh* – бачення Китаю економічним лідером світу, *InvUS* – інвестиції із США.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,48 значущий ($p = 0,0003$). Серійна кореляція становить 0,08. Суттєвої нелінійності впливу факторів і гетероскедастичності не спостерігається (виняток – невелика у випадку інвестицій із ЄС). Ми утримуємося від застосування точніше підігнаної, але ускладненої, моделі, що ураховує як фактор корінь квадратний від інвестицій із ЄС, оскільки приріст коефіцієнту детермінації незначний (0,49). Ми бачимо, що збільшення відношення інвестицій із ЄС до ВВП країни на 1 в. п. приводить до збільшення частки людей у країні, які вважають Китай світовим економічним лідером, на майже 0,75 в. п., а інвестицій із США – на 0,86 в. п.

Динаміку зміни бачення Китаю економічним лідером можна розрахувати за такою моделлю:

$$LeadChGr = 0,109 - 0,971ExpUS + 0,735ExpEU, \quad (3.24)$$

(0,0003) (0,040) (0,0033)

де *LeadChGr* – зростання бачення Китаю економічним лідером світу; *ExpUS* – експорт до США, *ExpEU* – експорт до ЄС.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,52 значущий ($p = 0,0014$). Серійна кореляція становить 0,06. Як ми бачимо, у середньому збільшення відношення експорту ЄС до ВВП країни на 1 в. п. призводить до збільшення частки людей у країні, які вважають Китай світовим економічним лідером, на 0,74 в. п., а експорту до США – зменшує на майже 1 в. п.

Висновки

Міжнародні економічні явища є важливою складовою іміджу країн. Однак вплив саме двосторонніх зовнішньоекономічних зв'язків між країнами на локальний імідж країни-партнера мало-досліджений у науковій літературі. Найбільше на імідж центру сили впливають власні двосторонні торговельно-інвестиційні зв'язки у Росії (позитивно), потім у Китаю (позитивно інвестиційні), у ЄС (негативно) і не впливають у США.

Загальний імідж США значною мірою залежить від таких його складових, як популярність науково-технічних досягнень США й особливо сектора американської масової культури (він є чи не головним драйвером м'якої сили США). Останні дві складові явно корелюють між собою, тому можна припустити, що сектори високих технологій та розваг США популяризують один одного, між ними є симбіоз. Наприклад, однією із функцій експорту масової культури є демонстрація технічних переваг. Проте напрям причинно-наслідкового зв'язку потребує додаткових досліджень. Водночас, наявність доказів на користь зв'язку зі ставленням до американського стилю бізнесу достатньо суперечлива. Виняток становить явний позитивний зв'язок між ставленням до науково-технічних досягнень США та ставленням до американського стилю бізнесу.

Те, наскільки США враховують інтереси інших країн, прямо впливає на імідж США та ставлення до американського стилю бізнесу. Вплив урахування Китаєм інтересів країн радше суперечливий: кореляція для статичних і динамічних показників незначуща або має протилежний знак.

Те, що Захід часто сприймають як один суб'єкт, підтверджується позитивним зв'язком між ставленням до ЄС та США (та всіма трьома складовими іміджу США). Цей зв'язок не підтверджується в динаміці, але ймовірно через циклічні фактори фінансово-економічної кризи в ЄС у досліджений період. Також часто ставлення до США, Китаю та Росії в досліджуваній період змінювалося паралельно. Інакше кажучи, ймовірно, ставлення до США поліпшувалося там, де воно поліпшувалося і до інших центрів сили (крім ЄС), проте це було ще до подій 2014 р. Існує

і чіткий позитивний зв'язок між ставленням до Китаю та до американського стилю бізнесу.

Вплив бачення США як світового економічного лідера на їх імідж та його складові достатньо суперечливий. Зазвичай імідж США кращий у країнах, які бачать їх економічним лідером світу, але в динаміці цей зв'язок зовсім протилежний та є негативний вплив на популярність сектора масової культури США. Цікаво, що у країнах, які бачать економічним лідером світу ЄС ставлення до науково-технічних досягнень США і, можливо, американського стилю бізнесу погіршувалося. Зі зростанням бачення Китаю економічним лідером популярність США радше зростає. Імовірно, економіка США перестає «лякати» своїм непропорційно великим розміром, але ця закономірність на межі статистичної значущості. Однак бачення Китаю світовим лідером по-різному впливає на економічні складові іміджу США.

Науково-технічні досягнення і масова культура США зазвичай популярніші у країнах, що найбільшою мірою відчують вплив з боку США. Однак цей вплив практично не поширюється на загальний імідж США. Впливовість із боку Китаю у країні, у свідомості респондентів, сприяє поліпшенню всіх основних досліджених показників іміджу США.

Зазначимо, що міжнародні інвестиційні та торговельні зв'язки самих США, а також ЄС практично не впливають на імідж США та його складові. Виняток – до американської масової культури ставляться, імовірно, краще у країнах, де висока роль інвестицій із ЄС, але це фактично країни – члени ЄС. Зазначимо, що у країнах - членах ЄС популярність США зростала, але ставлення до американського стилю бізнесу гірше середнього. Цікаво, що більший експорт до Китаю супроводжувався поліпшенням іміджу США і, можливо, ставлення до американського сектора масової культури. Інвестиції та імпорт із Китаю позитивно корелюють із позитивним ставленням до американського стилю бізнесу. Однак це ставлення та особливо ставлення до науково-технічних досягнень США швидше погіршувалося там, де більшу роль відіграв імпорт із Китаю. Інвестиції з Китаю негативно впливали на популярність американського сектора масової культури. Більші інвестиції з Росії та, ймовірно, тісніші торгове-

льні зв'язки з Росією негативно пов'язані зі ставленням до американського стилю бізнесу і до науково-технічних досягнень США. Тобто, конкуруючі торговельні й інвестиційні зв'язки можуть суттєво впливати на імідж бізнесу та технологій США.

Ставлення до ЄС позитивно корелює зі ставленням до США, а також Росії (зі ставленням до Китаю позитивна кореляція незначуща). Специфічні складові іміджу США переважно також впливають позитивно (ставлення до американського стилю бізнесу, американської масової культури, науково-технічних досягнень США, урахування США інтересів країни), проте в динаміці цей зв'язок негативний, але майже всюди статистично незначущий.

Позитивному ставленню до ЄС сприяють торговельні інвестиційні зв'язки з Росією та торговельні зв'язки з Китаєм. Особливо це стосується імпорту з Китаю. Цікаво, що ступінь економічних зв'язків країни з ЄС мало впливає на ставлення її громадян до ЄС (зв'язок позитивний, але статистично незначущий). Однак у динаміці імідж ЄС останнім часом погіршився насамперед у країнах, економічно пов'язаних із ЄС, особливо внаслідок формального членства в ЄС. Можна припустити, що це пов'язано з останньою економічною кризою у ЄС і ситуація може поліпшитися в майбутньому. На імідж ЄС позитивніше впливають торговельні зв'язки країни респондентів із Росією, слабше із Китаєм і ще слабше (негативно) з ЄС.

Існує також суттєва диференціація між країнами, що все більше вважають економічним лідером світу США (ставляться до ЄС краще) або Китай (ставляться до ЄС гірше). Бачення ЄС економічним лідером мало впливає на ставлення до нього. Впливовість Китаю у країні респондентів позитивно впливає на імідж ЄС.

У довго- та короткотерміновій перспективі на імідж Китаю позитивно впливає краще ставлення в певній країні до американського стилю бізнесу. Поліпшення ставлення до Китаю також корелювало в досліджений період із поліпшенням ставлення до США та Росії. Також імідж Китаю поліпшувався швидше там, де він уже був кращим до цього. Приналежність країни до ЄС негативно корелює з іміджем Китаю, але в динаміці кореля-

ція майже нульова. Ставлення до Китаю також краще там, де люди вважають, що Китай діє в інтересах їхньої країни.

Бачення впливовості США, у тому числі економічної, негативно корелює зі ставленням до Китаю. Іншими словами, по мірі втрачання статусу США як економічного лідера, імідж Китаю поліпшувався, що підтверджує думку: м'яка сила, це не тільки м'який характер впливу, але й усе ж статус лідера. З іншого боку, вплив бачення економічним лідером самого Китаю суперечливий, якщо розглядати статичні та динамічні показники. Імовірно, діють два протилежні ефекти: м'яка сила альтернативного лідера компенсується побоюванням зростанням потужного конкурента, особливо у сфері торгівлі товарами.

Помітно сприяють кращому іміджу Китаю інвестиції з Китаю, при цьому їх гранична ефективність за цим критерієм спадаюча: після досягнення певного рівня подальші інвестиції не поліпшують імідж Китаю. З одного боку, за статичними показниками імпорт із Китаю також поліпшує імідж Китаю, але кореляція за динамічними показниками статистично незначуща і має негативний знак. Експорт до Китаю жодним чином не впливає на імідж Китаю. Гіпотетично це може бути пов'язано зі структурою експорту: Китай зацікавлений в імпорті сировини та продукції харчування, що консервує існуючу виробничу структуру країн-експортерів. Торгівля та інвестиційні зв'язки країн з іншими політичними й економічними центрами практично не впливали на імідж Китаю в цих країнах.

Чим більше з певною країною торгує Росія або здійснює інвестиційну діяльність, тим кращий імідж Росії у даній країні. На момент дослідження спостерігалася позитивна кореляція у ставленні країн до Росії, ЄС, Китаю та частково США. Зв'язок із показниками США суперечливий. З одного боку, позитивному іміджу Росії сприяють добре ставлення у країні респондентів до досягнень науки, техніки та культури США як і до США загалом. З іншого боку, тісніші торговельні й інвестиційні зв'язки країни респондентів із США та добре ставлення до американського стилю бізнесу у країні респондентів послаблюють імідж Росії в ній. При цьому економічні зв'язки з США впливають, найвірогідніше, у більш короткостроковій перспективі, ніж еко-

номічні зв'язки з Росією, але не так сильно. Вплив економічних зв'язків країни респондентів із ЄС слабопозитивний, але статистично незначущий. Вплив торговельних відносин із Китаєм радше позитивний (але незначущий у випадку експорту в Китай), а по інвестиційних відносинах дані суперечливі.

Основна боротьба за статус визнаного економічного лідера у думках людей відбувається між США та Китаєм і лише меншою мірою між ЄС і Китаєм. Спостерігається дивергенція країн у баченні економічного лідера світу. Зокрема, у країнах, які традиційно вважали економічним лідером США, посилюється таке бачення (але також і бачення ЄС) і послаблюється бачення економічним лідером Китаю. У країнах, які традиційно вважали економічним лідером Китай, ця думка ще більше посилюється, а послаблюється бачення економічним лідером США та ЄС.

Двосторонні торговельні й інвестиційні зв'язки США практично не впливають на імідж США як світового економічного лідера. Проте суб'єктивне економічне лідерство Китаю посилювалося останнім часом у країнах, що мали слабкі торговельні зв'язки із США. Двосторонні торговельні й інвестиційні зв'язки Китаю практично не впливають на бачення економічним лідером усіх розглянутих центрів сили: США, ЄС чи Китаю. Країни, які тісно пов'язані з ЄС, насамперед через інвестиційні зв'язки та членство в ЄС і меншою мірою, можливо, торговельні зв'язки, почали особливо менше вважати економічним лідером США, а також ЄС на користь Китаю. Тісніші торговельні зв'язки з Росією також сприяли послабленню бачення економічним лідером світу США. Іншими словами, посилення бачення економічним лідером світу Китаю відбулося насамперед за рахунок європейських країн.

3.3. Оцінка факторів національного економічного бренда України

Як економіка середнього розміру Україна відносно більшою мірою може покладатися на м'яку ніж тверду економічну силу. У цій главі ми маємо на меті визначити позитивні та негативні економічні аспекти іміджу України, а також провести порівняльний

аналіз факторів м'якої економічної сили України та територіально близьких країн Європи методами вебометричного аналізу.

Економічні фактори національного бренда України досліджували, наприклад, такі вчені: Д. Богуш, І. Валецька, Т. Завгородня І. Кисарець, О. Михайловська, Т. Циганкова та ін. На рівні інституцій цим займалися CFC Consulting Company, Інститут світової політики, Український центр економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова.

Інформація про Україну розповсюджується різними засобами. В опитуванні Brand Finance, CFC Consulting Company зазначалося, що найбільшою довірою користується інформація про Україну від міжнародних організацій, потім закордонних ЗМІ та знайомих [284]. Розглянемо тепер основні позитивні та негативні фактори іміджу економіки України.

Позитивні риси економічного бренда України. Д. Богуш звертав увагу на такі позитивні економічні риси іміджу: транспортний потенціал, рівень освіти, космічні технології, родючі ґрунти, а потенційно: аграрні можливості, військовий експорт, євроінтеграційні перспективи, інвестиції [25]. І. Кисарець стверджувала, що на імідж України вплинуло одержання статусу країни з ринковою економікою [85].

У дослідженні за допомогою онлайн-опитування CFC Consulting Company 2010 р. до позитивних рис економічного іміджу українців належали гостинність, працьовитість, щедрість, освіченість. Україна характеризується респондентами як сільськогосподарська, туристично-приваблива, зі спортивними досягненнями, певною мірою із культурною спадщиною. Найперспективнішим видом туризму є гірськолижний і морський, а приваблюють туристів найбільше природа та культурно-історичні об'єкти [284]. У найбільших країнах ЄС близько половини респондентів визначили перспективними відвідування культурно-історичних пам'яток, природних заповідників, сільський туризм. У культурній площині більше цінуються історична спадщина, спортивні досягнення та українська музика. Серед відомих за кордоном українців домінують спортсмени [67].

У дослідженні регіонального іміджу України серед країн-сусідів у 2010–2011 рр. Інститутом світової політики за різними

методами, серед яких опитування та вебметричний підхід, зазначається, що найбільшу м'яку силу Україна мала в Молдові та Грузії, найменшу в Румунії та Росії. Імідж української культури найкращий у Молдові та Білорусі, найгірший у Румунії. Імідж української продукції найкращий у Молдові та Грузії, найгірший у Румунії та Польщі. Ці два фактори зазвичай робили більший вклад у м'яку силу України порівняно з політичними факторами. Називали і специфічні фактори: ринок "7-й кілометр", відомий у Молдові для цілей шопінгу; економічні заходи, українські працівники [136].

Негативні риси економічного бренда України. І. Валевська зазначала, що у сфері інформації про економіку України у публікаціях часто переважала сенсаційна інформація, переважно про корупцію, економічні катаклізми, проблеми з отриманням траншу МВФ, популізм уряду, заборгованість за енергоносії [33]. Опитування кількох іноземців-експертів в Україні звертало увагу на такі негативні економічні риси іміджу: ледарство, схильність прибіднятися або, навпаки, снобізм із виставленням напоказ багатства, поганий сервіс, складна бюрократична система [209]. На думку Л. Райс, Україні не вистачає глобальних брендів [186]. Д. Богуш наголошував на таких негативних характеристиках: нестабільність і непередбачуваність в економіці, відсутність чіткої стратегії розвитку, енергетична залежність від Росії, низький рівень економічного розвитку, соціальна незахищеність населення, корупція, незахищеність інвесторів, демографічна криза, слабка захищеність транспортних магістралей, зношеність інфраструктури [25].

Фахівці Українського центру економічних і політичних досліджень ім. О. Разумкова прийшли до висновку про поверховість, фрагментарність і переважно негативний характер уявлень іноземних журналістів про Україну. Переважаючими темами публікацій були корумпованість влади, поширення злочинності, економічний безлад, проблеми з будівництвом саркофагу над Чорнобильською атомною електростанцією. Позитивні повідомлення, наприклад, про науково-технічні розробки траплялися, але йшлося і про складні умови для праці фахівців. Уявлення в іноземній пресі про науково-технічний потенціал та наявність природних і

людських ресурсів в Україні контрастує з уявленням про те, що у країні не можуть розпорядитися ними належним чином [71].

У дослідженні за допомогою онлайн-опитування CFC Consulting Company ідеться про низький рівень дисципліни, погану економічну динаміку. Україна мало асоціюється з можливостями для дозвілля та шопінгу. Менше половини опитаних звертали увагу на простоту ведення бізнесу та доступність товарів широкого вжитку. Серед відомих українців у явній меншості перебували науковці та бізнесмени (поступаючись культурним, спортивним і політичним діячам) [284]. У найбільших країнах ЄС лише 15 % респондентів перевагами України вважають якісну медицину й індустрію моди, 25 % вважають її інвестиційно-привабливою [67].

У дослідженні Інституту світової політики зазначено, що негативними факторами іміджу України в регіоні були торговельні суперечки, контрабанда, невідповідність інтеграційним очікуванням, низький рівень доходів населення [136]. У компанії Brand Finance відзначають послаблення туристичної привабливості із втратою контролю над Кримом та інвестиційної привабливості внаслідок збройного конфлікту [551].

О. Михайловська зауважила про низку інформаційних бар'єрів для інвестиційного іміджу України: цифровий розрив, суперечливість у контенті вітчизняних ресурсів, інформаційна асиметрія, лаг розкриття інформації. Для виправлення ситуації рекомендувалося поліпшення взаємодії держави з міжнародними інформаційними агентствами, створення нових інтернет-порталів, поліпшення пошукових можливостей існуючих інтернет-ресурсів і системи розкриття інформації емітентами фінансових інструментів [125].

Т. Циганкова і Т. Завгородня для виправлення недоліків іміджу України наголошували на необхідності взаємної популяризації національного бренда Україна та корпоративних брендів українських виробників, потребі в диверсифікації експорту (у багатьох країнах-партнерах частка товарів українських виробників на ринку дуже мала, щоб впливати на імідж України), популяризації здорового способу життя та якості сервісу для посилення іміджу людського потенціалу, поліпшенні інфраструкту-

ри, підвищенні привабливості для інвестицій і реєміграції українських емігрантів, посиленні позицій на світовому ринку креативних товарів, запобіганні економічним скандалам [230].

Методика вебметричного аналізу економічних факторів м'якої сили. За аналогією з нашим методом вимірювання м'якої економічної сили SEP (формула 2.11) й економічного іміджу EI (формула 2.12) у главі 2.2, ми використаємо вебметричний підхід для оцінки їх факторів [344]. Ми так само використовуємо кількість повідомлень із позитивним (P) і негативним значенням (N). Параметри P і N розраховані за кількістю несхожих веб-сторінок, одержаних внаслідок відповідним чином сформульованого пошукового запиту.

Субіндекс EI_k для обраного фактора k відображає позитивний чи негативний вплив зазначеного фактора на економічний імідж. Якщо EI_k наближається до 1, то країну позитивно сприймають за цим фактором. Якщо – до 0, то країну негативно сприймають за цим фактором. За допомогою субіндексу SEP_k ми визначаємо важливість фактора k як компонента м'якої економічної сили (з урахуванням не тільки відносного, а й абсолютного обсягу позитивної інформації за даним фактором по країні). Інакше кажучи, більші економіки з потужним інформаційним ресурсом за інших рівних умов матимуть більший SEP_k , ніж малі економіки. Усе це дозволяє оцінити структуру сили економічного іміджу за факторами.

Ми провели аналіз результатів пошукових запитів англійською мовою в пошуковому сервісі Google [403] станом на 8–9 листопада 2015 р. Пошукові запити формували із трьома словами чи виразами:

- слово, що позначає фактор/компонент іміджу (наприклад "inflation" – інфляція);
- слово, що позначає позитивне чи негативне значення (наприклад "low" чи "high" – низька чи висока);
- назву країни (наприклад "Ukraine" – Україна);

Так, ми вимірюємо кількість позитивних повідомлень про інфляцію в Україні за допомогою пошукового запиту, уведеному в лапках "low inflation * * Ukraine" за методом точний вираз. Подвійний знак * гарантує, що вираз "low inflation" і "Ukraine"

розміщуються близько за текстом (в одному реченні чи суміжних). У більшості випадків вони розділені двома словами. Отже, знайдена нами інформація за допомогою такого запиту зазвичай описуватиме інфляцію в Україні як низьку.

Однак результати пошукового запиту потрібно інтерпретувати з обережністю. Зокрема, ми маємо зробити застереження, що в деяких випадках результати пошуку можуть помилково характеризувати повідомлення як позитивне в таких випадках:

- якщо насправді йдеться про необхідність поліпшення економічної ситуації (нормативна замість позитивної інформації), наприклад, якщо наголошують, що Україні слід досягнути низької інфляції;
- якщо йдеться про порівняння ситуації в іншій країні із зазначеною країною, наприклад про торговельний дефіцит у Туреччині з Німеччиною (тому ми уникаємо використання виразів таких як *"trade deficit"*, де такий ризик особливо великий).

Також є ризик того, що пошуковий сервіс штучно занижує кількість знайдених веб-сторінок, якщо їх кількість перевищує 300. Зважаючи на це ми намагалися уникнути використання виразів у пошуковому запиті, які призводили до P чи N , наближених до 300 (наприклад *"high-tech"* – високотехнологічний). Проте іноді цього неможливо було уникнути для однієї-двох найбільших країн у нашій вибірці. У таких випадках можна зауважити, що EI_k і SEP_k виміряні у порядковій шкалі, а не метричній. Якщо P чи N були більшими 300 для кількох країн, ми або вилучали такі вирази з подальшого аналізу (наприклад *"development"* – розвиток) або використали пошукові запити без знаків ****** (*"economic growth in ..."*, *"economic crisis in ..."*, *"economic recession in ..."* – економічне зростання, криза чи рецесія в конкретній країні). Ми також вилучили з аналізу вирази чи слова:

- за якими важко було би відрізнити позитивну та негативну інформацію без детальнішого урахування контексту (наприклад, *"wealth"*, *"counterfeiting"*, *"made in"*, *"costs"* – багатство, підробка, зроблено в, витрати);

- що часто використовують у неекономічній сфері або за межами необхідної сфери в економіці (наприклад, "company", "revaluation", "goods" – фірма/компанія друзів, ревальвація/переоцінка, товари/добрий);
- що призводили до малої кількості знайдених веб-сторінок (наприклад "migration", "exports" – міграція, експорт).

Ще однією проблемою стала недосконалість відбору несхожих сторінок. Іноді схожий текст був присутній у кількох знайдених веб-сторінках. З огляду на це іноді присутній ефект подвійного рахунку. Також, незважаючи на використання опції "шукати сторінки в усіх країнах" у пошуковому сервісі, ми не можемо однозначно стверджувати, чи був повністю унеможливлений ефект перенаправлення (*redirecting effect*) на локальні ресурси. Також слід ураховувати можливий ефект очікувань. Наприклад, у країні з низькою інфляцією (наприклад 2 %) навіть помірне зростання цін (5 %) будуть вважати високою інфляцією – цікавою новиною, вартою публікації. А у країні із традиційно високою інфляцією (12 %) інфляцію 6 % вважатимуть низькою.

Незважаючи на згадані ризики, у багатьох випадках ми очікуємо одержати корисні результати, що характеризуватимуть фактори національного економічного іміджу. Ми внесли до нашої вибірки сім країн. П'ять країн (Україна, Польща, Росія, Румунія, Туреччина) є найбільш населеними країнами Центральної та Східної Європи. Ми додали ще дві країни для порівняння: Німеччину як територіально близьку велику розвинену економіку і Молдову, як малу економіку, що розвивається, у зазначеному регіоні.

Результати порівняльного аналізу економічних факторів м'якої сили України. У табл. 3.5 ми подаємо результати нашого аналізу в розрізі факторів економічної іміджу та його сили, ураховуючи, що $EI_k = P/(P+N)$, а $SEP_k = P \cdot P/(P+N)$.

**Таблиця 3.5. Економічні фактори іміджу
і м'якої сили країн у 2015 р.**

Ключові слова	Показник	Україна	Польща	Росія	Туреччина	Румунія	Німеччина	Молдова
Trade: <i>P</i> = good <i>N</i> = bad (0,025)	<i>P</i>	16	15	121	29	8	62	1
	<i>N</i>	2	1	14	7	0	5	2
	<i>EI</i>	0,89	0,94	0,90	0,81	1,00	0,93	0,33
	<i>SEP</i>	14,2	14,1	108,5	23,4	8,0	57,4	0,3
Inflation: <i>P</i> = low <i>N</i> = high (0,000)	<i>P</i>	37	29	56	35	17	220	3
	<i>N</i>	60	64	189	234	46	167	14
	<i>EI</i>	0,38	0,31	0,23	0,13	0,27	0,57	0,18
	<i>SEP</i>	14,1	9,0	12,8	4,6	4,6	125,1	0,5
Financial: <i>P</i> = good <i>N</i> = bad (0,000)	<i>P</i>	20	14	9	4	2	62	2
	<i>N</i>	3	8	11	1	7	13	4
	<i>EI</i>	0,87	0,64	0,45	0,80	0,22	0,83	0,33
	<i>SEP</i>	17,4	8,9	4,1	3,2	0,4	51,3	0,7
Budget: <i>P</i> = surplus <i>N</i> = deficit (0,000)	<i>P</i>	13	13	55	33	25	130	4
	<i>N</i>	121	97	178	154	137	265	20
	<i>EI</i>	0,10	0,12	0,24	0,18	0,15	0,33	0,17
	<i>SEP</i>	1,3	1,5	13,0	5,8	3,9	42,8	0,7
Quality: <i>P</i> = good <i>N</i> = low (0,000)	<i>P</i>	137	188	196	276	138	294	22
	<i>N</i>	84	71	216	171	48	180	13
	<i>EI</i>	0,62	0,73	0,48	0,62	0,74	0,62	0,63
	<i>SEP</i>	84,9	136,5	93,2	170,4	102,4	182,4	13,8
Competitive: <i>P</i> = highly <i>N</i> = un- (0,001)	<i>P</i>	49	54	122	91	33	227	4
	<i>N</i>	40	19	70	22	12	140	3
	<i>EI</i>	0,55	0,74	0,64	0,81	0,73	0,62	0,57
	<i>SEP</i>	27,0	39,9	77,5	73,3	24,2	140,4	2,3
Investment: <i>P</i> =good <i>N</i> =bad (0,005)	<i>P</i>	26	32	72	109	17	61	9
	<i>N</i>	4	3	16	3	0	5	0
	<i>EI</i>	0,87	0,91	0,82	0,97	1,00	0,92	1,00
	<i>SEP</i>	22,5	29,3	58,9	106,1	17,0	56,4	9,0
Business: <i>P</i> = good <i>N</i> = bad (0,140)	<i>P</i>	63	53	232	88	28	212	10
	<i>N</i>	14	9	76	26	5	41	1
	<i>EI</i>	0,82	0,85	0,75	0,77	0,85	0,84	0,91
	<i>SEP</i>	51,5	45,3	174,8	67,9	23,8	177,6	9,1

Закінчення табл. 3.5

Ключові слова	Показник	Україна	Польща	Росія	Туреччина	Румунія	Німеччина	Молдова
Corruption: $P = \text{low}$ $N = \text{high}$ (0,000)	P	6	3	17	9	4	14	3
	N	33	15	80	27	51	5	17
	EI	0,15	0,17	0,18	0,25	0,07	0,74	0,15
	SEP	0,9	0,5	3,0	2,3	0,3	10,3	0,5
Corporate: $P = \text{good}$ $N = \text{weak}$ (0,005)	P	24	24	51	27	4	42	2
	N	10	0	5	2	2	4	1
	EI	0,71	1,00	0,91	0,93	0,67	0,91	0,67
	SEP	16,9	24,0	46,4	25,1	2,7	38,3	1,3
Wages: $P = \text{high}$ $N = \text{low}$ (0,000)	P	3	8	9	8	2	108	1
	N	41	62	64	27	49	122	11
	EI	0,07	0,11	0,12	0,23	0,04	0,47	0,08
	SEP	0,2	0,9	1,1	1,8	0,1	50,7	0,1
Cooperation vs. conflicts: $P = \text{economic}$ cooperation $N = \text{economic war,}$ trade dispute, economic sanctions (0,000)	P	207	300	351	362	180	334	87
	N	461	132	701	220	28	437	56
	EI	0,31	0,69	0,33	0,62	0,87	0,43	0,61
	SEP	64,1	208,3	117,1	225,2	155,8	144,7	52,9
Development vs. crisis: $P = \text{economic}$ growth in $N = \text{economic}$ crisis in, recession in (0,000)	P	283	300	324	279	190	329	80
	N	437	267	688	363	286	620	69
	EI	0,39	0,53	0,32	0,43	0,40	0,35	0,54
	SEP	111,2	158,7	103,7	121,2	75,8	114,1	43,0

Примітка: у першому стовпчику в дужках подано p -рівень згідно із χ^2 -тестом на різницю між очікуваними та фактичними значеннями P і N в усіх семи країнах. Якщо p -рівень $< 0,05$, то принаймні в частині країн EI статистично значуще відрізняється від решти країн у вибірці.

Джерело: розраховано автором за допомогою кількісного аналізу пошукових результатів [403].

Ключове слово "trade" (торгівля) часто вказує на зовнішньоторговельні відносини. Номінально Румунія має кращий імідж за цим критерієм ($EI = 1$), а Молдова найгірший ($EI = 0,33$). Проте значення P і N у цих випадках занадто малі, щоб мати надійну оцінку EI . Щодо інших країн, то EI майже завжди наближений до 1. Кількість негативних повідомлень N щодо торгівлі занадто мала порівняно з позитивними P . Однак за цим компонентом м'яка сила Росії виявилася найбільшою ($SEP=108,5$), Німеччини – на другому місці. Туреччина зайняла 3-тє місце, Україна і Польща поділили 4-тє і 5-тє місця. Не дивно, що Молдова, як мала економіка, має найменшу м'яку силу у сфері зовнішньої торгівлі в нашій вибірці.

З технічного погляду результати щодо "inflation" (інфляції) надійніші, ураховуючи більші значення P і N , які в той же час менші 300 для всіх країн у вибірці. Щодо інфляції ми спостерігаємо більше негативної інформації (висока інфляція), ніж позитивної (низька інфляція). Винятком є Німеччина. Вона випередила всі інші країни. Усе ж велика кількість згадувань високої інфляції по Німеччині (167) пояснюється відомою гіперінфляцією після Першої світової війни. Туреччина має найгірший інфляційний імідж із кількістю згадувань низької інфляції у вісім разів меншою за згадування високої інфляції. Логічно, що за інфляцією Німеччина має найбільшу м'яку силу – її часто вважають класичним прикладом сучасної великої низькоінфляційної економіки. Незважаючи на гіперінфляцію в 1990-х рр., Україна несподівано опинилася на другому місці, хоча і з великим відривом.

Німеччина, Туреччина і, незважаючи на нещодавню фінансову кризу, Україна мають найкращий рейтинг за фактором фінансів. Результат для Туреччини не надійний внаслідок замалої кількості знайдених веб-сторінок. У випадку України вираз "good financial news" (добрі фінансові новини) є найчастішим серед позитивних повідомлень. Найгірші відносно надійні дані – щодо Росії (занадто мало знайдених веб-сторінок щодо Молдови). Німеччина знову має найбільшу м'яку фінансову силу.

З технічного погляду інформація щодо державного бюджету схожа на надійну, ураховуючи кількість знайдених веб-сторінок. За державним бюджетом Німеччина має найкращий імідж, далі

Росія, Туреччина і Молдова. За м'якою бюджетною силою Німеччина суттєво випереджає Росію (2-ге місце) і Туреччину (3-тє).

У пошуковому запиті по *"quality"* (якість) ми не використовуємо прикметники *"high"* (висока – це приводить до знайдення понад 300 веб-сторінок для всіх країн, крім Молдови) і *"bad"* (погана – це приводить до меншої кількості веб-сторінок, ніж у слова *"low"*). Зважаючи на це для більшої ефективності оцінки ми використовуємо вирази *"good quality"* (добра якість) і *"low quality"* (низька якість). Результати можуть бути зміщеними через те, що в деяких випадках повідомлення мають рекламний характер або в них ідеться про скарги на імпорتنі товари в аналізованій країні. Румунія та Польща демонструють найкращий результат іміджу за якістю, а Росія – найгірший. Посередній імідж Німеччини може бути недооціненим, оскільки *P* щодо неї наближається до 300. Однак усе ж Німеччина має найбільшу м'яку силу за якістю, за нею слідують Туреччина та Польща.

Туреччина, Польща та Румунія мають найкращий імідж за конкурентоспроможністю: відношення результатів пошуку за виразом *"highly competitive"* (висококонкурентоспроможний) до *"uncompetitive"* (неконкурентоспроможний) у них найвище. Україна і Молдова мають найгірший імідж, але в Молдові оцінка іміджу ненадійна: мала кількість веб-сторінок. Ураховуючи й обсяг інформації, Німеччина опиняється на 1-му місці, випередивши Росію та Туреччину.

На результати пошуку за словом *"investment"* (інвестиції), імовірно, вплинули PR-заходи, ураховуючи, що *P* набагато більше за *N* у всіх країнах. Виявляється, що Румунія, Молдова і Туреччина мають найкращий інвестиційний імідж, а Росія і Україна – найгірший. Але м'яка інвестиційна сила найбільша у Туреччини, потім у Росії та Німеччини.

Слово *"business"* (бізнес) часто зустрічається у виразах *"good business opportunities"* (добрі можливості для бізнесу), *"good business relations"* (добрі ділові стосунки) чи *"bad for business"* (поганий для бізнесу). На результати пошуку за цим словом також, імовірно, вплинули PR-заходи. У даному випадку немає явного лідера за цим критерієм (χ^2 -тест не підтверджує те, що якась країна має статистично значущий вищий чи нижчий *EI*),

але Росія і Туреччина трохи відстають від інших. М'яка сила за цим критерієм найбільша в Німеччині та Росії.

У більшості країн імідж за критерієм корупція є радше пасивом, ніж активом. Явним винятком є Німеччина: позитивні повідомлення майже у три рази частіші, ніж негативні. Туреччина має лише трохи кращу ситуацію ніж інші країни в Центральній та Східній Європі. У Румунії найгірший показник. Знову Німеччина має найбільшу м'яку (анти-) корупційну силу. Росія (2-ге місце) і Туреччина (3-тє) помітно відстають від Німеччини.

Ключове слово "*corporate*" (корпоративний) зазвичай зустрічається у виразі "*corporate governance*" (корпоративне управління). Найкращий імідж тут у Польщі. Найгірша оцінка у Румунії та Молдови, але вона не надійна. Україна має майже найгірший імідж за цим критерієм. Щодо м'якої сили за цим фактором, то вона найбільша в Росії та Німеччині, після них Туреччина і Польща.

"*Wages*" (зарплати) є словом, що частіше асоціюється зі скаргами на низьку винагороду праці, ніж із гордістю за високу зарплату. Принаймні так його інтерпретують працівники та широка громадськість (для інвесторів низькі зарплати – це радше перевага). Виняток становить Німеччина – з нею асоціюється майже порівну негативна і позитивна інформація щодо зарплат. У будь-якому випадку Німеччина має найкращий імідж за зарплатами. Туреччина займає 2-ге місце, але перебуває значно ближче до інших країн. Румунія, Україна і Молдова мають найгірший імідж у сфері зарплат. Очевидно, що Німеччина має набагато більше м'якої зарплатної сили, ніж решта країн у вибірці.

За критерієм "*cooperation vs. conflicts*" (кооперація або конфлікти) ми порівнюємо позитивну інформацію, пов'язану з економічними відносинами країни ("*economic cooperation*" – економічна співпраця), і негативну ("*economic war*" – економічна війна, "*trade dispute*" – торговельна суперечка, "*economic sanctions*" – економічні санкції). Р для "*economic cooperation*" у багатьох випадках наближене до 300, тому оцінки можуть бути зміщеними, особливо у випадку Польщі, Росії, Німеччини та Туреччини. Їх коопераційні зв'язки можуть бути недооціненіми. Проте в цій сфері ми не знаходимо кращого виразу для визначення позитивної інформації. А додавання результатів

щодо "trade" (торгівля) не впливає суттєво на результати. Негативні асоціації із країною не враховують те, чи є країна ініціатором економічної війни, суперечки або санкцій, чи вона є їх об'єктом. Інакше кажучи, ми розглядаємо залучення країни до економічних конфліктів, незалежно від її ролі.

Румунія має найкращий імідж як країна, що не залучена до економічних конфліктів. За нею близько сліднують Польща, Туреччина і Молдова. Німеччина на 5-му місці внаслідок обговорення санкцій проти Росії та історичного тягаря подій напередодні та під час Другої світової війни. Росія та Україна мають найгірший імідж, що не дивно, ураховуючи жорсткий підхід Росії щодо України та пов'язані санкції. Щодо м'якої коопераційної сили, то найбільш потужною є Туреччина, і майже такою ж Польща. Румунія і Німеччина посідають 3-тє та 4-тє місця. Потім іде Росія, яка випереджає Україну і Молдову, оскільки недоліки її іміджу компенсуються ширшим розповсюдженням інформації про її коопераційні зв'язки.

Останній критерій "*development vs. crisis*" (розвиток або криза) враховує те, чи країна має репутацію економіки, що швидко розвивається, чи схильною до криз. Молдова і Польща мають найкращий імідж економік, що динамічно розвиваються. З помітним відривом 3-тє і 4-тє місця займають Туреччина та Румунія. Україна і Німеччина характеризуються іміджем економічного зростання нижчим середнього, а Росія має найгірший показник. Якщо розглядати абсолютний вклад цього фактора у м'яку економічну силу, то найбільший він у Польщі з помітним відривом від решти країн. З огляду на це ми можемо стверджувати, що Польща перша спадає на думку, якщо комусь запропонувати надати приклад економіки, що динамічно розвивається, у регіоні Центральної та Східної Європи. Слідом ідуть Туреччина, Німеччина, Україна і Росія. Молдова та Румунія відстають внаслідок меншої присутності в Інтернеті інформації про їхній економічний розвиток.

Як ми бачимо, економічний імідж і м'яка економічна сила є багатомірними явищами, що забезпечуються багатьма факторами. Країна може бути лідером за одними і відставати за іншими. У табл. 3.6 ми вказуємо профілі країн за факторами економічного іміджу згідно з інформацією в Інтернеті.

Таблиця 3.6. Позитивні та негативні фактори економічного іміджу у 2015 р.

Країна	Основні сильні сторони	Другорядні сильні сторони	Другорядні слабкі сторони	Основні слабкі сторони
Україна	фінанси	інфляція	інвестиції, бізнес, корупція	бюджет, конкурентоспроможність, корпорації, зарплати, економічні конфлікти
Польща	якість, економічне зростання, корпорації	торгівля*, бізнес, конкурентоспроможність, економічна співпраця	зарплати, корупція*	бюджет
Росія	-	бюджет, корпорації	інфляція, фінанси, конкурентоспроможність, корупція, зарплати	якість, інвестиції, бізнес, економічні конфлікти, економічна криза
Туреччина	конкурентоспроможність, інвестиції	корупція, корпорації, зарплата, економічна співпраця	торгівля, бюджет	інфляція, бізнес
Румунія	торгівля*, якість, інвестиції*, економічна співпраця	конкурентоспроможність, бізнес	бюджет	фінанси*, корупція, зарплати
Німеччина	інфляція, фінанси, бюджет, корупція*, зарплати	торгівля, бізнес, корпорації	конкурентоспроможність, економічні конфлікти	економічна криза
Молдова	інвестиції*, бізнес*, економічне зростання	економічна співпраця	бюджет, корупція	торгівля*, інфляція*, конкурентоспроможність*, зарплати*

Примітка: знак * означає результати, коли $8 \leq P+N < 20$ (низька надійність оцінки). Ми не подаємо результати, якщо $P+N < 8$ (оцінка ненадійна).

Джерело: розраховано автором за допомогою кількісного аналізу пошукових результатів [403].

Проте ми також можемо охарактеризувати профілі країн за абсолютним внеском факторів у м'яку економічну силу. Україна має лише середній рівень компонентів м'якої сили за інфляцією, фінансовою сферою, й економічним зростанням і має дуже низьку м'яку силу за критеріями державного бюджету, зарплат, та економічної співпраці. Польща має позитивний внесок факторів економічного зростання й економічної співпраці, помірно позитивний внесок якості та корпоративної сфери. Проте вона має негативний внесок фактора бюджету. Незважаючи на недоліки іміджу велика економіка Росії має значну м'яку економічну силу за факторами зовнішньої торгівлі, бізнесу в корпоративній сфері, але має слабкість за факторами фінансів та якості.

Туреччина має явну силу за критеріями інвестицій та економічної співпраці, помірну силу за економічним зростанням і якістю. Проте її слабкість – інфляція та фінансова сфера. Румунія має лише середні показники за економічною співпрацею і якістю, а слабкість за рештою сфер. Німеччина має дуже високу силу в більшості сфер: інфляція, фінанси, державний бюджет, якість, конкурентоспроможність, бізнес і зарплати. За рештою критеріїв вона або помірно сильна (корпоративна сфера, торгівля) або середня (економічне зростання, інвестиції, економічна співпраця). Молдова має дуже малу м'яку силу за всіма критеріями, що є звичайним для малих економік. Однак вона все ж змогла випередити Румунію за фактором фінансів і наблизитися до деяких інших країн за бюджетом, інвестиціями й економічною співпрацею.

Висновки

Незважаючи на проблеми іміджу економіки України, м'яка економічна сила залишається важливим засобом впливу. До позитивних економічних факторів іміджу України останнім часом належали: наука й освіта, аграрні можливості, природні ресурси, культурна та спортивна індустрія, транспортний потенціал, гостинність і працьовитість населення. Останнім часом можна додати фактор прагнення економічних реформ.

Проте традиційно послаблювали імідж економічна нестабільність, низький рівень розвитку, соціальна незахищеність, за бюрократизованість, корупція, економічний безлад, заборгова-

ність, поганий сервіс, ризики для інвесторів, демографічна криза, зношеність інфраструктури, торговельні суперечки, контрабанда, енергетична залежність, нестача глобальних брендів, проблеми з Чорнобильською атомною електростанцією, невідповідність інтеграційним очікуванням. Такі риси як працьовитість та щедрість контрастують із ледарством, низькою дисципліною, схильністю прибіднятися чи показним багатством. Економічна криза та військово-політична невизначеність в умовах зовнішньої агресії помітно зменшили вартість національного бренда України, зокрема, послабивши туристичну й інвестиційну складові. Недостатньо використовується ресурс відомих особистостей із науковців та діячів економіки (останні мають більше негативний імідж олігархів), інформаційної прозорості, симбіозу корпоративних та національного брендів, популяризації здорового способу життя, експорту креативної індустрії.

Запропонований нами вебометричний метод може бути використаний не тільки для оцінки м'якої економічної сили й іміджу, а і для оцінки важливості їх факторів. Він є достатньо гнучким для адаптації під конкретні потреби дослідження, хоча може іноді призводити до контрінтуїтивних результатів та бути чутливим до історичної інформації. У межах цього методу нами використані відповідні ключові слова в пошуковому запиті (торгівля, інфляція, фінанси, бюджет, якість, конкурентоспроможність, інвестиції, бізнес, корупція, корпоративне управління, заробітна плата, економічна співпраця або конфлікти, економічне зростання або криза). Ці можливості були протестовані у семи країнах Центральної та Східної Європи.

Згідно з нашими результатами, Німеччина і Польща майже не мають серйозних недоліків у факторах іміджу економіки, тоді як Росія й Україна майже не мають явних іміджевих економічних переваг у дослідженому регіоні. У нашій вибірці Німеччина є лідером м'якої сили за більшістю факторів, далі йдуть Росія, Туреччина і Польща. Ці чотири країни можна вважати центрами м'якої економічної сили в дослідженому регіоні. Україна, Румунія та Молдова досі можуть поліпшити свій імідж, особливо за рахунок поліпшення реальних економічних показників, у той час як

ефективніше поширення позитивної економічної інформації про ці країни може допомогти збільшити їх м'яку економічну міць.

Щодо України неочікувано відносно позитивний чи середній внесок зробили фінансова сфера й інфляція, що є контрінтуїтивним в умовах подолання кризових процесів. Хоча позитивна інформація за торговельною, інвестиційною, фінансовою та корпоративною сферами явно переважає негативну, це є стандартним явищем і можливо наслідком PR-заходів в усіх країнах чи очікувань позитивних змін. Найпроблемнішими факторами іміджу в Україні виявилися зарплати, державний бюджет та економічні конфлікти.

Перевагами Польщі (відносними) є якість, економічне зростання та співпраця, корпоративна сфера, негатив асоціюється із бюджетом. Переваги Росії полягають у корпоративній сфері, частково зовнішній торгівлі та бюджеті, негативні фактори – це фінанси, якість, бізнес, економічні конфлікти, криза. Позитивні фактори для Туреччини – інвестиції, економічна співпраця, конкурентоспроможність, негативні – інфляція, фінанси, бізнес. Плюси Румунії – економічне співробітництво і якість, мінуси – корупція та зарплати. За більшістю факторів Німеччина має позитивні оцінки, особливо за зарплатою, інфляцією, бюджетом, конкурентоспроможністю; основні слабкості пов'язані з економічним зростанням. Помірними перевагами Молдови є уявлення про економічне зростання та співпрацю; слабкими місцями – зарплати, інфляція та низка інших факторів.

Видавничо-поліграфічний центр
"Київський університет".
Версія не для друку

Розділ 4

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ В УМОВАХ АСИМЕТРІЇ ВЕЛИЧИНИ ГОСПОДАРСЬКИХ ПОТЕНЦІАЛІВ КРАЇН

4.1. Вплив величини економіки на міжнародну торгівлю

Для систематизації міжнародних економічних ефектів нерівномірного розподілу економічної сили ми маємо на меті провести метадослідження ефектів від величини країни (величини економіки (ВВП) або кількості населення чи іноді величини території). Такі критерії розміру країни орієнтовані на вимірювання її основних ресурсів: людських, землі та капіталу [483]. Зазначимо, що ці критерії розміру не є ідеальними заміниками один одного. Так, кореляція Спірмана, як зауважує Х. Панахі, між ВВП і населенням 72 країн становить лише 0,225, між ВВП і площею 0,317, між населенням і площею 0,583 [483]. Але їх можливо використовувати як змінні-замінники для відображення економічної сили країни в короткотерміновій перспективі (ВВП) або наддовготерміновій (населення, територія). Спробуємо спочатку систематизувати ефекти для міжнародної торгівлі.

У теорії часто міжнародну торгівлю розглядають як взаємодію між країнами однакового розміру, або абстрагуючись від величини економіки. Проте можна очікувати, що відмінності в економічній силі, розмірі ринку тощо впливають на характер міжнародних торговельних відносин. Україна торгує із близько 150 країнами світу від мікродержав до наддержав. Зважаючи на це ефекти від торгівлі з малими країнами та великими можуть бути різними. Також міжнародний поділ праці є основою формування міжнародних торговельних відносин і різної зовнішньоторговельної структури країн. Така різниця залежить від багатьох чинників: наявність різних видів ресурсів, особливості

вподобань споживачів, державна політика, рівень економічного і технологічного розвитку тощо. Серед зазначених факторів є й величина економіки, що характеризує економічну потужність країни, обсяг ресурсів, розмір національного ринку, можливості користуватися перевагами масштабу, можливості розпоряджатися ресурсами та здійснювати транзакції без необхідності перетину державного кордону, адаптуватися до різного регуляторного та культурного середовища.

У цій главі ми маємо на меті визначити, яким чином розмір країни та її економіки, а відповідно і величина її економічної сили, впливає на її зовнішньоторговельні відносини та їх структуру [246, 262]. Ми використовуємо методику метааналізу, систематизуючи результати з різних наукових досліджень, але також використовуємо сучасніші статистичні дані для підтвердження чи спростування раніше виявлених тенденцій. Як основне джерело статистичних даних ми використовуємо дані Світового банку [574], який подає статистику щодо всіх країн; країн, що розвиваються; та малих країн, які розвиваються (до останньої групи країн належать члени Форуму малих держав, крім країн із високим доходом на душу населення). З огляду на це доцільніше порівнювати показники зазначених малих країн із середніми показниками країн, що розвиваються. Однак для перестраховування ми також подаємо порівняння із середніми показниками по всьому світу (у т. ч. розвинені країни). Ми також подаємо порівнювані дані щодо України.

На цій основі ми також маємо на меті пояснити закономірності розвитку зовнішньоторговельних зв'язків України. Зауважимо, що серед 182 країн у базі даних World Economic Outlook частка ВВП України у світі становила 0,34 %. При цьому середнє значення частки всіх країн у ВВП світу становило 0,55 %, медіана 0,066, верхня кватиль 0,36 % (розраховано за [578]). Це свідчить про те, що Україна має економіку середнього розміру (або вище середнього, якщо порівнювати з медіаною). Відповідно, у деяких випадках Україна може поводити себе як велика економіка, а в інших – як мала.

Україна як економіка середнього розміру має враховувати закономірності впливу величини економіки у своїй зовнішньоеко-

номічній стратегії. З часом, по мірі подолання кризових процесів й особливо у разі приєднання до ЄС, для неї можуть дедалі більш притаманними ставати закономірності, характерні для помірно великих економік. Проте існує і протилежна тенденція: зважаючи на демографічну кризу частка України у світовому господарстві буде скорочуватися в довгостроковій перспективі (або не змінюватися, що буде радше за оптимістичного сценарію). Тісніша інтеграція з ЄС та можливо відкриття ринків інших країн може суттєво це компенсувати, але, імовірно, усе ж частково.

Вплив розміру країни на економічні процеси досліджувався в багатьох, переважно закордонних, дослідженнях. У сфері ефектів для міжнародної торгівлі необхідно згадати таких дослідників: Квок Тонг Соо, І. Насадюк, Ф. Реганаті, Р. Ріттігліо (обсяги торгівлі), А. Алесіна, О. Алоуїні, М. Амін, Р. Вачьярг, Ф. Докьєр, П. Еггер, Х. Еггер, А. Іслам, С. Кузнець, Л. Ньямтсерен, А. Роуз, Е. Сполаоре, Дж. Холл, М. Шифф, П. Юбер (питання торговельної відкритості), П. Кругман, Т. Окобо, П. Пікард, Ж.-Ф. Тісс (торговельний баланс), С. Ван, П. Кленов, А. Партека, М. Тамбері, К. Тіань, Н. Халаф, Д. Хаммелс, Л. Ху, Цз. Чжан (диверсифікація торгівлі), Х. Ішизе, Н. Халаф (волатильність торгівлі), П. Браунерйельм, М. Перрі, Л. Піччі, Л. Савореллі, П. Тулін, Й. Фагербер (технологічна структура), Д. Перкінс, М. Сиркін (галузева структура), Б. Баласса (структура за ступенем обробки), Ч. Сіан, Д. Хаммелс, Д. Хансон (структура за рівнем монопольної сили), Ле Дук Ньєм, Квок Тонг Соо (внутрішньогалузева торгівля), Р. Брау, К. Дженкінс, Р. Заблоцька, А. Ланца, Цз. Ліу, Ф. Пігліару (торгівля послугами), А. Акерман, Ф. Бачетта, Е. Ван Вінкооп, Ш.-Цз. Вей, А. Діксіт, Д. Парслі, Р. Форслід, Дж. Френкель (ціни і цінові фактори). Особливості цих явищ в Україні розглядали, зокрема, М. Дудченко, Н. Навроцька, С. Якубовський.

Часто йдеться про дослідження різних аспектів міжнародної торгівлі, де розмір країни є лише одним із багатьох розглянутих факторів. Однак наявні також спеціалізовані дослідження вчених (наприклад С. Анклесарія Айар, П. Вуякович, К. Істер) або звіти міжнародних організацій (Світовий банк, Економічна комісія ООН для країн Латинської Америки та Карибського басейну,

секретаріат Співдружності), які акцентують увагу на проблемах малих країн і їх відмінності від великих економік. У низці досліджень аналізують ефекти лише на прикладі країн окремого регіону (К. Тісделл, М. Наполетано і Ж.-Л. Гаффард), розвинених країн (Й. Фагерберг, П. Браунерхйельм і П. Тулін), або торговельних відносин однієї країни (Ле Д. Н., І. Насадюк, Ф. Реганаті та Р. Ріттігліо). У межах досліджуваної проблематики в основному масиві досліджень розглянуто ефекти величини країни, що вимірюється як ВВП, кількість населення і зрідка як площа території. Виявлені вченими ефекти потребують систематизації. А подібні ефекти для України залишаються малодослідженими.

Обсяги торгівлі. Цей ефект зазвичай досліджують у межах численних гравітаційних регресійних моделей, де величина ВВП торговельного партнера є одним із факторів експорту, імпорту або зовнішньоторговельного обороту. Наприклад, І. Насадюк досліджує залежність обсягу зовнішньої торгівлі України від ВВП торговельного партнера: у середньому збільшення ВВП останнього на 1 % збільшувало взаємний товарообіг на 0,653 % (у випадку послуг на 0,333 %) [144]. Інакше кажучи, еластичність обсягів торгівлі менше одиниці, що, на нашу думку, логічно виходить із більшої торговельної відкритості в малих країн, про що йдеться нижче.

Квок Тонг Соо на прикладі моделі Хекшера – Оліна показує, що за постійної величини світової економіки та відносної забезпеченості факторами виробництва, чим більш однаковими є економіки країн, тим більшим буде обсяг торгівлі між ними [525, с. 2]. Емпірично подібну закономірність виявляють Ф. Реганаті та Р. Ріттігліо на прикладі Італії, коли показують, що і внутрішньогалузева і міжгалузева торгівля менші, якщо країни – торговельні партнери більш відмінні у своєму розмірі [500, с. 15]. Якщо екстраполювати ці результати на Україну, то гіпотетично Україна може більше торгувати із середніми економіками, ніж великими чи малими.

Торговельна відкритість. Ще в 1949 р. С. Кузнець на прикладі 30 найбагатших країн довів, що малі країни є більш торговельно відкритими [447]. Цю закономірність згодом підтвердили численні розвідки вчених. Її відзначає і А. Роуз, дослідивши 208

країн [508]. О. Алоуїні та П. Юбер підтверджують негативну кореляцію між розміром країни та торговельною відкритістю [297, с. 11]. Х. Еггер і П. Еггер за даними по ЄС-15 у 1995 р. приходять до висновку, що більша кількість населення у країні призводить до меншого рівня міжнародного аутсорсингу: кореляція явно негативна (-0,61 %) [368, с. 3–4].

Дж. Холл розрахував регресійну модель залежності величини торгового сектора від розміру економіки. Очікувано, що кількість населення працездатного віку (логарифм) і географічний розмір (логарифм) мають негативні регресійні коефіцієнти [410, с. 2]. К. Істер, розглядаючи індекс вразливості країн Британського співтовариства, звертає увагу, що в малих країн частка зовнішньої торгівлі у ВВП на 54 % більша, ніж у решті країн [363]. А. Алесіна і Р. Вачьярг підрахували, що зі збільшенням населення країни вдвоє, відношення зовнішньої торгівлі до ВВП зростає на 9 в. п. [296].

У країнах різного рівня розвитку залежність торговельної відкритості від розміру країни виявляється по-різному. Зокрема, Л. Ньямтсерен зауважує, що торговельна відкритість у малих країнах вища, ніж у середньому: у розвинених на 23 в. п. за експортом щодо ВВП (25 в. п. за імпортом), із середнім рівнем розвитку на 10,7 в. п. (48 в. п.), із найменшим рівнем розвитку – на 8,6 в. п. (23 в. п.) [471, с. 23]. Подібну закономірність ми можемо інтерпретувати подвійно: розвиток малих країн сприяє їх відкритості (спочатку за імпортом, а потім за експортом) або відкриті малі країни мають більше шансів для розвитку в довготерміновій перспективі (А. Алесіна, Е. Сполоаре і Р. Вачьярг знаходять підтвердження принаймні останній тезі – див. нижче). При цьому, як ми бачимо, відкриті за експортом країни, імовірно, мають більше шансів досягти високого рівня розвитку, а за імпортом – середнього.

М. Амін та А. Іслам показують на прикладі 76 країн, які розвиваються, що малі країни (за логарифмом населення) більше залежать від імпорту проміжних товарів, ніж великі. Це виявляється і в більшій частці фірм, що використовують імпортні компоненти (екстенсивна маржа), і в частці імпортних компонентів, які використовують фірмою (інтенсивна маржа) [299, с. 2, 3].

Зростання населення на 1 стандартне відхилення призводить до зменшення відносного імпорту на 9,4 – 10,8 в. п. та зменшення відносного експорту на 3,5 в. п. [299, с. 6]. Ф. Доксер і М. Шифф зазначають, що напівеластичність імпорту / ВВП до кількості населення становить 7,15, а експорту / ВВП лише 3,72 [356, с. 2]. З останніх трьох досліджень ми бачимо, що відкритість за імпортом більше чутлива до розміру країни, ніж за експортом. Особливо це виявляється у країнах із середнім рівнем розвитку, а найменшою мірою в розвинених країнах.

П. Вуякович зауважує, що закономірність щодо торговельної відкритості виявляється навіть у таких деталях: у малих країнах (за населенням) більше частка нерезидентів у заявках на реєстрацію торговельних марок і більша частка зовнішньої торгівлі книжками та газетами у ВВП [566, с. 6, 13]. Проте контрастує з попередніми дослідженнями висновок П. Вуякович: якщо робити поправку на відстань, то великі країни виявляються не настільки статистично значуще менш відкриті для торгівлі товарами [566, с. 14].

Отже, з'ясовується, що малі країни є торговельно відкритими переважно в межах свого регіону, тобто є радше регіоналізованими, ніж глобалізованими. А великі країни активно торгують не тільки із сусідніми країнами, а й із дальніми (наприклад Китай). Ми можемо припустити, що в тих випадках, коли у великій країні провінція/штат може задовольнити свої потреби лише за рахунок товарів із найближчої провінції (наприклад за високих транспортних витрат), це вважається внутрішньою торгівлею. За аналогічної ситуації у випадку малої країни це буде вже міжнародна торгівля (імпорт із найближчої провінції країни-сусіда). Відповідно, для України (економіка середнього розміру) природною ситуацією буде те, що за інших рівних умов її торгівля буде помітно регіоналізованою (наприклад, переважно торгівля з Європою, СНД, Близьким Сходом), але все ж далекою від повної регіональної замкнутості.

Підвищену відкритість малих економік П. Піеретті, С. Занай та Б. Зоу пояснюють невеликим обсягом внутрішнього ринку, обмеженістю капіталу і трудових ресурсів за обсягами та різноманіттям [494, с. 2]. Дж. Конібеар стверджує, що більша торго-

вельна відкритість фактично компенсує невеликий розмір країн [346]. А. Алесіна і Р. Вач'ярґ припускають, що в тій мірі, наскільки величина ринку впливає на продуктивність, великі країни можуть дозволити собі бути більш закритими [296, с. 1].

За нашими розрахунками, відкритість економіки продовжує зростати. У 2002–2015 рр. серед третини країн із найбільшим доходом (крім експортерів нафти) менші за розміром економіки (ВВП за валютним курсом до 250 млрд дол у 2015) мали в середньому річні темпи зростання експорту 5,5 %, а більші економіки – 3,9 % хоча в більш турбулентній другій половині цього періоду розрив зменшувався; показники зростання імпорту становили 5,6 і 4,3 %, відповідно, а із 2009 р. різниця майже зникла (розраховано за даними [577]).

Торговельна відкритість також взаємодіє з розміром країни у його впливі на інші показники. А. Алесіна, Е. Спалаоре і Р. Вач'ярґ доводять, що економічне зростання в малих країнах явно позитивно залежить від відкритості (кореляція 0,51 за населенням і 0,46 за ВВП). У великих країнах кореляція між цими змінними позитивна, але слабка (0,10 за населенням і 0,30 за ВВП) [295]. Схожої думки дотримуються М. Наполетано і Ж.-Л. Гаффард, оскільки вони ставлять під сумнів стратегію, засновану на відкритості та зовнішній конкурентоспроможності, для великих країн. У 1994–2003 рр. економічне зростання погіршилося у великих країнах Єврозони, незважаючи на більше зростання відкритості та нижчу інфляцію. Така стратегія корисніша для малих країн [466, с. 23]. Проте у випадку ЄС, на нашу думку, необхідно враховувати вплив мобільності капіталу та поглибленої неторгової інтеграції, а також ефект від обраного періоду, який не враховував останню фінансову кризу. Це могло суттєво вплинути на результати. Для середньої економіки України можна очікувати, що торговельна відкритість помітно сприятиме її розвитку, але не так сильно, як у малонаселених країнах.

Висновки щодо ефектів величини економіки для обсягів зовнішньої торгівлі та торговельної відкритості систематизовані нами в табл. 4.1.

**Таблиця 4.1. Ефекти величини економічної сили
для обсягів експорту й імпорту**

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Абсолютні обсяги торгівлі	Більші	Менші	Еластичність за розміром країни < 1
Торговельна відкритість (зовнішня торгівля / ВВП)	Менша	Більша	Закономірність сильніша у випадку імпорту / ВВП, а не експорту / ВВП. З поправкою на відстань закономірність слабша
Темпи зростання зовнішньої торгівлі	Менші	Вищі	Розраховано для відносно більш розвинутих країн, проте після кризи 2008 р. різниця помітно скоротилася
Регіоналізація торгівлі	Відносно менше торгують, але і з дальніми і найближчими країнами	Більша торговельна відкритість за рахунок посиленої торгівлі з найближчими країнами	
Відносна присутність іноземних торговельних марок	Менша	Більша	
Вплив торговельної відкритості на економічне зростання	Слабопозитивний, а в ЄС неоднозначний	Явно позитивний	

Джерело: складено автором за результатами метадослідження та розрахунків за [577].

Торговельний баланс. Зазвичай більші країни мають кращі шанси стати нетто-експортером. П. Кругман з'ясував, що в умо-

вах монополістичної конкуренції більші країни, найімовірніше, будуть нетто-експортерами. А малі країни будуть зазвичай нетто-імпортерами, якщо тільки не збалансують торгівлю за рахунок нижчих зарплат [442]. Т. Окубо, П. Пікард і Ж.-Ф. Тісс пояснюють це тим, що у великій країні кількість фірм більша. Зважаючи на це внаслідок більшої конкуренції ціни менші, а різноманітність товарів вища. На ринок більшої країни складніше експортувати з менших країн, оскільки ціни в них вищі та товари останніх не додають суттєвої різноманітності. Отже, великі країни більш схильні бути нетто-експортерами [479, с. 1, 3, 23].

Емпірично теоретичні висновки про схильність малих країн до торговельного дефіциту доводять зазначені вище дослідження [299, с. 6; 356, с. 2; 471, с. 23]. Наводять також ілюстрації на прикладі окремих регіонів. Зокрема, у країнах Центральної та Південної Америки на початку 1990-х рр. малі країни мали в сім разів більший дефіцит торгового балансу щодо ВВП, ніж великі [499, с. 35–36]. К. Тісделл на прикладі малих держав південної Океанії показує, що в більшості випадків у них надзвичайно мала частка експорту у ВВП, а частка імпорту є помітною [553, с. 4].

Більше того, найбільші країни легше переживають навіть тривалий дефіцит торгового балансу, якщо він усе ж є. Так, О. Галушка зауважує, що найбільшим розвиненим країнам не потрібно досягати профіциту поточного рахунку платіжного балансу. Навпаки, користуючись перевагами статусу резервної валюти, вони можуть фінансувати дефіцит поточного рахунку за рахунок емісії власної валюти [43]. Принаймні, якщо дефіцит не є надмірним.

А малі країни змушені шукати шляхи покриття дефіциту торгового балансу, іноді незвичайними способами. Наприклад, у малих країнах Океанії дефіцит торговельного балансу покривають переказами робітників, туризмом, іноземною допомогою, доходами від інвестицій за кордон або роялті за користування рибними ресурсами у виняткових економічних зонах тощо [553, с. 5]. Зокрема, за невеликої кількості населення ексклюзивна економічна зона держави-архіпелагу Кірібаті приблизно дорівнює площі Карибського моря [523, с. 7].

Якщо подивитися більш сучасні дані Світового банку, то у 2014 р. баланс торгівлі товарами та послугами становив у середньому в малих країнах $-4,4\%$ ВВП, у країнах, що розвиваються, $-1,0\%$ ВВП, у світі $0,2\%$. Україна з показником $-4,1\%$ нагадувала поведінку малих країн [574]. Оскільки традиційно профіцит щодо торгівлі послугами частково покривав дефіцит щодо торгівлі товарами [287] ситуація з балансом торгівлі товарами була ще гіршою, але девальвація у 2015 р. привела до майже збалансованого торговельного балансу.

У 2002–2015 рр. серед третини країн із найбільшим доходом (крім експортерів нафти) менші за розміром економіки (ВВП за валютним курсом до 250 млрд дол у 2015) мали в середньому дефіцит поточного рахунку $-3,8\%$ ВВП, а більші економіки – профіцит $3,1\%$ ВВП, хоча у більш турбулентній другій половині цього періоду розрив зменшувався – менші економіки стали менш дефіцитними (розраховано за даними [577]).

Як ми бачимо, Україні важче помітно збільшувати зарплати без ризику дефіциту торговельного балансу з більшими країнами. Економіка України занадто мала, щоб мати переваги від власної валюти як резервної. Можливості для туризму, ресурсної ренти й іноземних інвестицій суттєво послаблені порушенням територіальної цілісності. Та навіть за звичайних умов кількість населення достатньо велика, щоб туризм і ресурсна рента не стали важливим чинником компенсації дефіциту торговельного балансу. У поточній ситуації покладання на іноземну допомогу та перекази мігрантів є тим, що робить країну схожою з малими економіками. Проте, з огляду на теоретичні дослідження, одним з ефективних рішень може бути демонополізація економіки.

Волатильність торгівлі. Недиверсифікованість експорту в малих країнах (про що йдеться нижче) може викликати більшу його волатильність. Зокрема, Х. Ішизе, розглядаючи багатокраїнові моделі міжнародних реальних ділових циклів, звертає увагу на те, що чим менша країна, тим волатильність чистого експорту буде більшою [431, с. 10]. А як зауважує К. Істер, висока залежність від експорту (частка у ВВП) у малих країнах у свою чергу підвищує дисперсію темпів економічного зростання [363]. У підсумку це впливає на характер і внутрішньої політики: на-

приклад, Д. Родрік стверджує, що малі країни змушені компенсувати ризики відкритості шляхом більших соціальних трансфертів [504, с. 1]. Проте, зважаючи на дані Світового банку, ми можемо поставити це твердження під сумнів. Частка витрат на субсидії й інші трансферти у витратах державного бюджету в малих країнах була явно меншою, ніж в усіх країнах, що розвиваються, й особливо ніж у світі загалом (принаймні, у 2003–2006 рр., коли є наявні дані) [574].

Н. Халаф також припускає, що, з одного боку, малі країни більше залежні від зовнішньої торгівлі, вразливі до зовнішніх чинників внаслідок недиверсифікованості експорту і не можуть ефективно протистояти дестабілізуючій для них політиці ззовні. Проте, здійснюючи емпіричні розрахунки, Н. Халаф не знаходить зв'язку у 1970-х рр. між розміром країни (за ВВП чи населенням) та нестабільністю доходу чи експорту (коефіцієнти регресії незначущі), між нестабільністю доходів і залежністю від торгівлі, нестабільністю доходів й експортною концентрацією (товарною та географічною), нестабільністю експорту й експортною концентрацією [437]. З огляду на це зазначена проблема малих країн може бути перебільшеною. З іншого боку, як незалежні змінні взяті корелюючі між собою розмір країни та залежність від торгівлі або концентрація експорту, що частково могло вплинути на результати. Проте висновки Н. Халафа підтверджує те, що в Центральній і Південній Америці на початку 1990-х рр. у малих країнах волатильність у валютних доходах майже не перевищувала цей показник у великих країнах регіону [499, с. 36].

Проте ще раз наголосимо, що проблемою може бути не сама волатильність, а волатильність в умовах, коли значна частина ВВП залежить від зовнішньої торгівлі. Так, умови торгівлі малих країн не є суттєво більш волатильними за умови торгівлі країн, що розвиваються, загалом, але внаслідок більшої торговельної відкритості навіть невеликі їх коливання призводять до більшого ефекту для економіки [523, с. 9].

З іншого боку, висока волатильність це не лише проблема самих малих країн. Н. Халаф зауважує, що схильність до експорту й імпорту може сприяти експорту внутрішньої нестабільності назовні, зачіпаючи й інші країни [437]. Наведемо приклад на

підтвердження цієї думки: на кризу в Європі на початку 1990-х і в 2008–2010 рр. суттєво вплинула ситуація у відносно менших країнах, відповідно Півночі та Півдня Європи. З огляду на це проблемами волатильності експорту малих країн опікуються й інші країни. Наприклад, спеціальні механізми СТАБЕКС і СІС-МІН були спрямовані компенсувати раптові зменшення експортних доходів Африканських, Карибських і Тихоокеанських країн [523, с. 30]. Проте, на нашу думку, проблеми для сусідніх економік створює волатильність як мінімум середніх економік, а не малих. Ті самі країни Північної та Південної Європи – усе ж середні економіки у глобальному масштабі (малими їх можна вважати лише в межах Західної Європи).

Незважаючи на прогрес у цьому напрямі, Україна все ще демонструє проблеми з товарною і регіональною диверсифікацією експорту, що робить її схожою на невеликі економіки у вразливості до коливань зовнішньоекономічної кон'юнктури. Наприклад, падіння попиту на інвестиційні товари в умовах світової кризи 2009 р., коли, наприклад, близько 30 % експорту України припадало на недорогocінні метали, було однією із причин зменшення експорту на 40 % та скорочення ВВП на 14,8 % [63]. А торговельні обмеження з боку Росії в умовах традиційно значної частки останньої в експорті України були однією із причин скорочення експорту у східному напрямі (у 2014–2015 експорт у Росію скоротився на 2/3). Проте традиційно достатньо відкрита економіка України як для своєї величини вимушено стала більш закритою в умовах кризи. При цьому частка недорогocінних металів в експорті у 2015 р. становила вже 25 %, а частка Росії скоротилася із 24 до 13 %. Парадокс ситуації у тому, що в умовах скорочення ВВП Україна стала дещо більш схожою на великі економіки (зменшилися ризики для волатильності зовнішньої торгівлі в майбутньому).

Висновки щодо ефектів величини економіки для торговельного балансу та волатильності торгівлі систематизовані нами в табл. 4.2.

**Таблиця 4.2. Ефекти величини економічної сили
для обсягів експорту й імпорту**

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Торговельний баланс	Кращий	Гірший	Особливо в середньо-розвинених країнах, а у розвинених країнах закономірність майже відсутня
Поточний рахунок платіжного балансу	Профіцит	Дефіцит	У відносно більш розвинених країн, проте після кризи 2008 р. різниця скоротилася
Ризики внаслідок дефіциту торговельного балансу	Мінімальні	Суттєві	Великі країни тут – це лише найбільші країни, валюта яких є резервною
Способи покриття дефіциту торговельного балансу товарами	Емісія резервної валюти	Перекази робітників, туризм, допомога, плата за ресурси ...	Те ж саме
Умова збалансованості торговельного балансу	Вищі зарплати	Нижчі зарплати	
Наслідки волатильності експорту	Помірні	Імовірно гірші	Сама волатильність експорту в малих країнах більша, але значущість цієї закономірності під питанням

Джерело: складено автором за результатами метадослідження та розрахунків за [574, 577].

Ефекти для обсягів експорту й імпорту України. Для перевірки частини із зазначених вище закономірностей на прикладі України ми взяли дані щодо частки ВВП країн за ПКС у світовому валовому продукті у 2014 р. [578] і розрахували частку країн в експорті й імпорті товарів України (уже без даних щодо

АР Крим, м. Севастополь та зони проведення АТО) в січні – листопаді 2015 р. за даними [63].

Ми провели кореляційний аналіз за вибірками різної величини для врахування ефекту відстані до торговельних партнерів: щодо 147 країн світу з наявними даними (вибірка 1 – будь-яка відстань); лише щодо 66 країн Європи, СНД та Близького Сходу (вибірка 2 – мала і середня відстань); лише щодо 23 країн Центральної та Східної Європи (вибірка 3 – мала відстань); щодо 82 країн Америки, Азії, Океанії та Африки південніше Сахари (вибірка 4 – велика відстань); щодо 43 країн Західної Європи, Близького Сходу та Середньої Азії (вибірка 5 – середня відстань). У табл. 4.3. подані результати кореляційного аналізу і розрахунку еластичностей.

Кореляція розміру країни з її експортом й імпортом в Україну була в усіх випадках позитивною. При цьому, якщо більша кореляція у вибірці 2 викликана меншим розміром вибірки, то у вибірці 3 закономірність є сильнішою навіть із поправкою на величину вибірки.

Отже, ми бачимо, що при торгівлі на малу відстань величина економіки торговельного партнера відіграє дуже вагомую роль. А в торгівлі на велику відстань величина економіки торговельного партнера менше впливає на його обсяги торгівлі з Україною. Можна також зауважити, що на близькій відстані Україні відносно легше експортувати до більших країн (можливо внаслідок фіксованих витрат на входження на ринок) й імпортувати з них (більші країни мають більшу ринкову силу). А на великій відстані відносно легше проникати на ринки менших країн (імовірно, внаслідок меншого конкурентного тиску з боку фірм та урядів економічно слабших країн) й імпортувати з них (одне з можливих пояснень: менші економіки часто менш розвинені, тому ціни на їх трудомісткі товари будуть дешевшими, що важливо для незаможного споживача в Україні). В усіх випадках ми бачимо, що еластичність за імпортом більша, а, отже, у торгівлі з великими країнами в Україні більше шансів мати дефіцит торгового балансу.

**Таблиця 4.3. Кореляція та еластичність зовнішньої торгівлі
України за ВВП партнерів**

Вибірка	Кореляція, експорту	Кореляція, імпорт	Еластичність, експорт	Еластичність, імпорт
1. Всі країни	0,43	0,47	0,33	0,51
2. Найближчі країни-сусіди і дальні сусіди	0,69	0,69	1,88	2,76
3. Найближчі сусіди	0,97	0,90	4,0	5,5
4. Найбільш віддалені країни	0,81	0,89	0,26	0,40
5. Дальні сусіди	0,64	0,77	1,05	1,70

Джерело: складено автором за результатами метадослідження та [63, 578].

Для перевірки, чи має значення близькість розміру ВВП країни партнера до ВВП України, ми ділимо перший із зазначених показників на другий або другий на перший так, щоб одержана величина схожості була у проміжку від 0 (теоретично – якщо ВВП партнера дорівнює 0 або ∞) до 1 (ВВП партнера = ВВП України). Кореляція експорту й імпорту країни-партнера з величиною схожості ВВП з Україною у вибірці 1 була слабопозитивною лише для експорту (0,14 і –0,03), але була більш наближена до 0 у вибірці 2 (–0,07 і –0,07), 3 (0,05 і 0,04), 4 (–0,12 і –0,12) і 5 (–0,10 і –0,10). Зважаючи на це, принаймні у випадку України, ми не можемо підтвердити закономірність, що Україна більше торгує із країнами – економіками середнього розміру.

Диверсифікація торгівлі. Цілком очікувано, що великі країни матимуть більш диверсифіковану торгівлю. Так, Н. Халаф стверджує, що малі країни частіше концентрують свою зовнішню торгівлю, насамперед експорт, на небагатьох ринках збуту. Регресійний аналіз показує, що більший розмір країни (як за ВВП так і за населенням) зменшує товарну і географічну концентрацією її експорту, хоча не так сильно, як це передбачає теорія [438].

Цю закономірність підтверджують і в інших дослідженнях. Д. Хаммелс зауважує, що великі країни виробляють більш різноманітний спектр товарів, але різноманітність товарів збільшується непропорційно менше зі збільшенням виробництва [427, с. 42].

А. Партека і М. Тамбері розраховували, що розмір країни (і за ВВП і за населенням) суттєво впливає на рівень диверсифікації експорту продукції обробної промисловості: збільшення розміру країни на 1 % збільшує експортну диверсифікацію на 0,2 % [487, с. 20]. При цьому залежність рівня диверсифікації експорту сильніша від розміру країни ніж залежність рівня диверсифікації імпорту. Так, Д. Хаммелс і П. Кленов розраховували, що експорт великих країн (за ВВП за ПКС) більший на 2/3 за рахунок більшого асортименту експортних товарів (екстенсивна маржа), а їх імпорт – на 1/3 за рахунок цього. Великі країни також торгують із більшою кількістю партнерів [428, с. 29]. Можна припустити, що й у великих і в малих країнах споживачі намагатимуться імпортувати широкий спектр товарів, а імпорт комплектуючих й експорт буде більш вузькоспеціалізованим у малих країнах внаслідок виробничої спеціалізації. Зважаючи на це саме експортна диференціація сильніше буде залежати від розміру країни.

Нелінійний характер закономірності відзначають Л. Ху, К. Тіань, С. Ван і Цз. Чжан. Вони використовують дані за 1971–2000 рр. для дослідження залежності диверсифікованості експорту й імпорту (кількість категорій) та кількості фірм від розміру країни (ВВП). Залежність є прямою, але не лінійною, а S-подібною (логістична крива) [424, с. 2, 3]. Вони використовують таку логістичну функцію:

$$y = \frac{A}{1 + e^{-k(x - X_M)}}, \quad (4.1)$$

де y – диверсифікованість, наприклад експорту; x – логарифм ВВП; A , X_M та k – параметри, що оцінюються емпіричним шляхом: A – верхня межа диверсифікованості експорту; k – нахил у точці перегину – максимальне відносне зростання диверсифікованості; X_M – логарифм ВВП у точці перегину [424, с. 4].

Нахил k різко зріс у 1980-х р. імовірно як реакція на зміну середовища для міжнародної торгівлі [424, с. 5]. Крива має три ділянки, коли:

- зростання асортименту експортних товарів менше за зростання ВВП (за малого ВВП);

- зростання асортименту експортних товарів більше за зростання ВВП (за середнього ВВП);
- зростання асортименту експортних товарів знову менше за зростання ВВП (за великого ВВП) [424, с. 4–6].

Отже, виявляється, що зусилля на диверсифікацію торгівлі в малих країнах малоефективні навіть при зростанні ВВП. Зокрема, навіть, якщо частка домінуючої галузі зменшується, то вона зазвичай замінюється іншою домінуючою галуззю, а не призводить до диверсифікації [523, с. 11]. Отже, ми можемо зауважити, що ефективну політику товарної диверсифікації торгівлі можуть здійснювати лише середні економіки (у великих країнах часто досягнений необхідний рівень диверсифікації експорту). З огляду на це Україна, як середня економіка, принципово здатна і буде диверсифікувати свою зовнішню торгівлю та виправляти диспропорції у експорті.

Технологічна структура експорту. М. Перрі за даними 1996 р. зазначає, що малі країни в середньому більше орієнтовані на низькотехнологічну промисловість [490, с. 175]. А. Тітс зауважує, що малі країни змушені купувати більшість нових технологій за кордоном, тому вони зрідка спеціалізуються на нових галузях [552]. Л. Піччі та Л. Савореллі на основі даних про патентні заявки стверджують, що менші країни більш спеціалізовані на вузькому спектрі технологій [492, с. 2]. Відповідно, ми можемо очікувати, що малі країни експортуватимуть менш широкий спектр високотехнологічних товарів, якщо тільки не будуть імпортувати технології.

З іншого боку, П. Браунерйельм та П. Тулін у виборці з 19 країн ОЕСР у 1981–1999 рр. не знаходять підтвердження того, що розмір країни впливає на експорт високотехнологічних товарів, тобто ефекту домашнього ринку не спостерігається [329, с. 2]. Знання може бути настільки спеціалізованим, що воно може стати високолокалізованим, а економія на масштабі може досягатися завдяки ПП з боку фірм у малих країнах. Диференціація продуктів і вертикальна спеціалізація дозволяють малим країнам спеціалізуватися в певних нішах й етапах високотехнологічного виробництва. І це є досягненням торговельної лібералізації [329, с. 16].

Розглядаючи країни ОЕСР, Й. Фагерберг розглядає цю проблему в розрізі конкретних галузей і визначає високотехнологічні галузі, де доступ до великого внутрішнього ринку є важливим фактором конкурентоспроможності іноді в комбінації з високою часткою військових витрат у ВВП [380, с. 24]. Величина країни (за кількістю населення) важлива у виробництві літаків, комп'ютерів, напівпровідників, побутової електроніки, генеруючого обладнання й автомобілів. У зазначених галузях важливі нетарифні бар'єри, що збільшують витрати на торгівлю та створюють ефект масштабу [380, с. 20]. У решті високотехнологічних галузей такий ефект не спостерігається. Зважаючи на це малі країни не повинні копіювати технологічну політику великих країн, а змушені сконцентрувати зусилля на технологіях, де ефект масштабу незначний [380, с. 26].

Дані Світового банку доводять, що у 2009 р. у малих країнах (що розвиваються) частка високотехнологічного експорту в експорті обробної промисловості становила 1,6 %, при тому, що пікове значення у 2006 р. досягло 7,5 %. У країнах, що розвиваються (19 %) й у світі загалом (18,2 %), ця частка була набагато більшою. Схожі пропорції у 2009 р. спостерігалися і за частками товарів у сфері інформаційно-телекомунікаційних технологій (ІКТ) в експорті й імпорті: відставання малих країн, що розвиваються, від середніх показників щодо країн, які розвиваються, становило за експортом майже 32 рази, за імпортом 3,6 рази. Інакше кажучи, у сфері ІКТ виразно спостерігається ефект масштабу більший, ніж щодо високотехнологічних товарів загалом.

В Україні частка високотехнологічного експорту в експорті обробної промисловості (5,6 %) була ближчою до малих країн, хоча з того часу і відбувається повільне зростання до 6,5 % у 2014 р. [574]. З одного боку, це підтверджує припущення, що Україна як середня економіка може дозволити собі експорт обмежено широкого діапазону високотехнологічних товарів, навіть у довгостроковій перспективі. З іншого боку, Україна недовикористовує можливості високотехнологічного виробництва (особливо товарів у сфері ІКТ), зважаючи на величину її економіки.

Галузева структура експорту й імпорту товарів.
Д. Перкінс та М. Сиркін стверджують, що великі країни більше

спеціалізуються на експорті продукції обробної промисловості. Продукція видобувної продукції більше присутня у структурі експорту малих країн [488].

Як ми бачимо зі статистики Світового банку [574], малі країни більше залежні від експорту, й особливо імпорту продуктів харчування. У 2009 р. частка продуктів харчування в експорті товарів у малих країнах була більшою (13 %) порівняно із країнами, що розвиваються (10,5), та світом (8,4 %). А в імпорті у 2010 р. частка була 17,2 порівняно із 7,5 %.

Ще більшою є залежність від експорту енергоносіїв: у 2009 р. їх частка в експорті малих країн становила 42 % порівняно із 16,2 у країнах, що розвиваються, та 13,4 % у світі. В імпорті різниця не така помітна, але залежність малих країн від імпорту енергоносіїв також є більшою: у 2010 р. 21,5 % порівняно із 15,8 і 15,6 %.

Щодо руди і металів, їх частка в експорті у 2009 р. в малих країнах 6,7 % перевищувала рівень 4,2 у країнах, що розвиваються, і 3,7 % у світі. Проте ця закономірність не стійка в часі і з'явилася практично лише у 2007 р. В імпорті закономірність протилежна: у 2010 р. – 1,9 % порівняно із 6,8 і 4,4 %. Менша залежність від імпорту руди і металів, імовірно, пов'язана з меншою важливістю обробної промисловості.

Частка обробної промисловості в експорті помітно менша в малих країнах: 33,2 % порівняно із 66,9 у країнах, що розвиваються, і 68,4 % у світі. При цьому різниця останнім часом посилювалася. Фактично, у малих країнах із 2004 р. відбувалася відносна деіндустріалізація на тлі зростання ролі експорту енергоносіїв. У більших країнах не відбувалося такого помітного зростання частки енергоносіїв в експорті, як у малих. Іншими словами, малі країни сильніше відреагували своєю пропозицією на енергетичний бум у 2000-х рр. Проте із сучасною тенденцією зниження цін на енергоносії, цілком можливою є зміна тенденції щодо динаміки часток галузей у малих країнах (непрямо про це свідчать показники природно-ресурсної ренти у ВВП, яка із 2013 р. стала меншою в малих країнах, ніж у країнах, що розвиваються).

Імпортують малі країни продукцію обробної промисловості також відносно менше, хоча і не настільки: у 2010 р. 56,8 %

порівняно із 65,7 % у країнах, що розвиваються, і 67,8 % у світі. Із 2004 р. також ця частка в малих країнах зменшувалася на тлі зростання частки імпорту енергоносіїв. Тобто, ціни на енергоносії суттєво впливають на динаміку часток галузей, але принципово це не змінює характер різниці між малими і великими економіками.

Україна у 2014 р. була радше схожою на малі країни за структурою експорту й імпорту (раніше ця схожість була не такою значною). Частка продуктів харчування в експорті (30,7 %), руди і металів (9 %) була ще більшою, ніж у малих країнах [574]. А в попередні роки частка продукції металургії в експорті України доходила до 40 %, що збільшувало вразливість економіки до подій на світових ринках [137], зокрема і світової економічної кризи 2008 р., особливо зважаючи, що попит на метал створюють інвестиції, які особливо скорочуються під час криз. Схожу думку висловлює і М. Дудченко: сировинна спеціалізація експорту України обумовлює його вразливість до волатильності цін на світовому ринку [68].

Частка енергоносіїв в експорті (3,4 %), навпаки, була як у великих країн. Частка продукції обробної промисловості у 2014 р. стала менше середнього рівня (54,9 %), хоча ще у 2011 р. і до цього вона була на рівні середнього у країнах, що розвиваються. Проте, якщо в малих країнах обробну промисловість витісняв експорт енергоносіїв, то в Україні – агропромисловий сектор.

Залежність України від імпорту продуктів харчування у 2014 р. була вище середньої – ближче до рівня малих країн (10,8 % експорту), хоча ще у 2008 р. і до цього вона була на рівні близькому до середнього. Залежність від імпорту енергоносіїв у 2014 р. (27,9 %) була ще більшою ніж у малих країн, але є тривала тенденція до її зменшення. Частка руд і металів (2,8 %) в імпорті була ближчою до рівня малих країн, хоча ще до 2005 р. перебувала на середньому рівні. Частка продукції обробної промисловості у 2014 р. в Україні була 56,8 %, тобто на рівні малих країн [574].

Інші виміри структури торгівлі товарами. К. Істер зазначає, що малі країни не можуть користуватися перевагами масш-

табу у сфері виробництва й експорту [363, с. 404]. З огляду на це Г. Бекер зауважує, що малі країни часто спеціалізуються на тих товарах і послугах, які занадто малі, щоб ці маркетингові ніші заповнили великі країни [317]. С. Анклесарія Айар стверджує, що малі країни іноді навіть експортують більшою мірою товари, які зазвичай є неторговими. Наприклад, Бутан продає електроенергію Індії, Лесото – воду в Південну Африку і це становить вагому частину їх експорту [303].

Якщо розглядати структуру під кутом монополізації ринку, то Д. Хаммелс зазначає, що згідно з неокласичними теоріями міжнародної торгівлі зростаючі граничні витрати та великий внутрішній попит збільшують ціни, роблячи країну менш конкурентоспроможною на світових ринках. Протилежною є ситуація в моделях ефекту масштабу, коли країни з великим внутрішнім попитом є більш конкурентоспроможними. Це створює ефект внутрішнього ринку (home market effect), який особливо суттєвий за умов монополії чи олігополії [427, с. 40]. Тому, зважаючи на розмір економіки, можна стверджувати, що Україна більше схильна експортувати ті товари, у виробництві яких ефект масштабу невеликий або помірний. Д. Хансон і Ч. Сіан зазначають, що галузі з високими транспортними витратами та низькою еластичністю заміни (більше диференціації продуктів) концентруються переважно в більших країнах за ВВП [413, с. 27]. З огляду на це малі країни будуть менше спеціалізуватися на експорті товарів, де фірми володіють достатньою монопольною силою. У випадку України складність експорту товарів, які дорого транспортувати, компенсується близькістю до великого ринку ЄС, але посилюється недостатньою якістю транспортної інфраструктури. Також позиції України можуть бути відносно сильнішими на тих ринках товарів, які є висококонкурентними або слабомонополізованими.

Ще Б. Баласса зазначав, що малі країни мають більше порівняльних переваг у комплектуючих, а не кінцевих продуктах [309]. Ле Дук Ньєм на прикладі Китаю доводив, що вертикальна внутрішньогалузева торгівля вища, якщо торгівля відбувається із країною схожого розміру за населенням і схожого рів-

ня розвитку [450, с. 9, 11]. А Квок Тонг Соо стверджує, що зважений на торгівлю індекс Грубеля – Ллойда внутрішньогалузевої торгівлі прямо залежить від розміру власної країни й обернено від розміру середнього торговельного партнера [524, с. 1]. Зважаючи на це висновки щодо рівня внутрішньогалузевої торгівлі неоднозначні.

Висновки щодо ефектів величини економіки для галузевої структури зовнішньої торгівлі товарами систематизовані нами в табл. 4.4, а іншої структури торгівлі товарами – у табл. 4.5.

Таблиця 4.4. Ефекти величини економічної сили для галузевої структури зовнішньої торгівлі товарами

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Частка продуктів харчування в експорті	Помірно менша	Помірно більша	
Частка продуктів харчування в імпорті	Менша	Більша	
Частка енергоносіїв в експорті	Явно менша	Явно більша	Різниця посилювалася в умовах зростання цін на енергоносії
Частка енергоносіїв в імпорті	Помірно менша	Помірно більша	
Частка руди і металів в імпорті	Більша	Менша	
Частка продукції обробної промисловості в експорті	Явно більша	Явно менша	Різниця посилювалася в умовах зростання цін на енергоносії
Частка продукції обробної промисловості в імпорті	Більша	Менша	
Частка товарів у сфері ІКТ в експорті	Висока	Низька	

Джерело: складено автором за даними [574].

**Таблиця 4.5. Ефекти величини економічної сили
для структури зовнішньої торгівлі товарами
за різними критеріями**

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Географічна диверсифікація зовнішньої торгівлі	Більша	Менша	
Товарна диверсифікація зовнішньої торгівлі	Більша	Менша	Особливо у випадку експорту
Політика товарної диверсифікації	Зазвичай вже не потрібна	Потрібна, але малоефективна	Ефективна лише у середніх економіках
Технологічна структура експорту	В окремих високотехнологічних галузях кращі позиції	В окремих високотехнологічних галузях гірші позиції	В інших високотехнологічних галузях великі країни не мають переваг. Проте серед країн, що розвиваються, відмінності дуже помітні
Структура експорту за граничними витратами виробництва	Товари, де діє ефект масштабу	Нішеві товари без ефекту масштабу	
Товарна структура експорту за монополізацією фірм	Товари, ринки, де конкуренція слабша	Товари, де конкуренція сильніша	
Товарна структура за легкістю транспортування	Товари з високими транспортними витратами	Товари з низькими транспортними витратами	

Джерело: складено автором за результатами метадослідження.

Структура торгівлі послугами. П. Вуякович зазначає, що малі країни (у її дослідженні за площею) більш відкриті для торгівлі послугами [566, с. 13–14]. Особливо цьому сприяє розвиток ІКТ, який дозволяє перехід у категорію торгових дедалі більшої кількості видів послуг [543, с. 78].

З даних Світового банку за 2011 р. ми бачимо, що різниця між малими і великими економіками в торговельній відкритості особливо характерна у сфері торгівлі послуг. Зокрема, частка експорту й імпорту послуг у ВВП в малих країнах була 35 % порівняно із 8,8 у країнах, що розвиваються, і 12 % у світі. Для порівняння за товарами цей показник становив 70,1 %, 50,1 та 47,5 %, відповідно. Для України відкритість у торгівлі послугами становила 21,2 %, щодо товарів 85 (у 2014 р. 20,8 і 81,2 %, відповідно) [574].

П. Вуякович також зауважує, що для малих країн більшою мірою також характерний міжнародний туризм (частка прибуття і відправлення туристів щодо населення) [566, с. 13–14]. Р. Заблоцька зазначає, що в малих острівних державах туризм має особливе значення для ВВП і зайнятості: іноді внесок у ВВП становить понад 25 %. У 20 із 49 найменш розвинених країнах туризм є першим або другим найбільшим джерелом експортних надходжень [74].

На нашу думку, це цілком очікуваний результат, оскільки у великих країнах внаслідок більшої території та туристичних ресурсів має бути більш розвинений внутрішній туризм. Для малих країн, що спеціалізуються на туризмі, навіть існує абревіатура SITE (Small Island Tourism Economies) [310]. Проблема значення міжнародного туризму підтверджується й іншими дослідженнями.

Цз. Ліу і К. Дженкінс, аналізуючи 200 незалежних країн, знаходили обернений зв'язок між кількістю населення країн і часткою доходів від туризму у ВВП, а також між логарифмами припливу туристів на квадратний метр та логарифмом розміру країни [448]. Р. Брау, А. Ланца і Ф. Пігліару провели дослідження, де серед 17 розглянутих країн, що значно залежали від туризму (понад 10 % ВВП), 14 були малими [328, с. 4]. А із 29

малих країн половина значно залежала від туризму і вони демонстрували майже вдвічі вищі темпи зростання реального ВВП на душу населення у 1980–2003 рр. ніж решта малих країн [328, с. 5, 9]. А С. Анклесарія Айар додає, що переорієнтування на туризм дозволяє зменшити волатильність експорту [303]. Інакше кажучи, орієнтація на туризм є виграшною стратегією для малих країн.

Проте А. Ланса і Ф. Пігліару, досліджуючи причини відносно швидшого зростання малих країн (за населенням), що спеціалізуються на експорті туристичних послуг, за даними за 1985–1995 рр., приходять до висновку, що для спеціалізації на туризмі важливішим є фактор забезпеченості природними ресурсами, а не малий розмір сам по собі [448, с. 1]. Країни, більше забезпечені належними природними ресурсами відносно кількості робочої сили, мають більше порівняльних переваг у туризмі, такі країни зростають швидше, ніж ті, що спеціалізуються на промисловості [448, с. 12].

Якщо розглянути дані Світового банку, то в малих країнах у структурі експорту товарів і послуг міжнародний туризм у 2014 р. становив 34,4 % (але в середньому у 2005–2013 рр. майже 26 %) порівняно із 5,6 % у країнах, що розвиваються, і 6 % у світі. При цьому в імпорті частка послуг із міжнародного туризму в усіх трьох групах країн була в межах 5–6 %. Ми спостерігаємо явну експортну спеціалізацію на туризмі, а не лише більшу сукупну відкритість до туристичних послуг. В Україні частка міжнародного туризму в експорті становила 3,5 %, а в імпорті 7,8 %, тобто, як у великих країн [574].

Для малих країн привабливою також може бути спеціалізація на фінансових послугах, оскільки зазначений сектор генерує значну додану вартість на основі людського капіталу й ефект масштабу не залежить від розміру національного ринку [327]. Для малих країн, що спеціалізуються на фінансах, а також персональних уподобаннях місця проживання, перевагах юрисдикції, нішевому виробництві та транспорті існує своя аббревіатура PROFIT (Personal considerations affecting citizenship, residence and

employment rights; Resource Management; Overseas engagement and ultra-national recognition; Finance and Transportation) [310].

На практиці за даними Світового банку у структурі експорту комерційних послуг фінансові та страхові послуги у 2011 р. становили 2,8 % у малих країнах порівняно із 4,2 у країнах, що розвиваються, і 9,2 % у світі. З іншого боку, до цього впродовж тривалого періоду цей показник у малих країнах був більшим, ніж у країнах, що розвиваються, а у 2001–2005 і 2008 рр. навіть, ніж у світі. Фактично ця частка в малих країнах демонструвала помітно вищу волатильність, ніж у решти країн. Також ураховуючи більшу відкритість малих країн, залежність їх економіки від експорту фінансових або страхових послуг вища. В Україні частка таких послуг становила 1,6 % у 2014 р., тобто, виходячи із традиційної закономірності Україна схожа на відносно великі країни, що розвиваються. У структурі імпорту комерційних послуг фінансові та страхові послуги в усіх трьох групах країн як і в Україні мало відрізнялися, принаймні у 2005–2013 рр. [574].

У структурі експорту комерційних послуг транспортні послуги у 2011 р. становили 9,4 % у малих країнах порівняно із 20,1 у країнах, що розвиваються і 22,4 % у світі. Однак до 2005 р. тривалий час у малих країнах ця частка була, навпаки, більшою. Україна із часткою 42,7 % у 2014 р. схожа на великі країни, хоча до зламу закономірності, фактично, мала частку навіть практично вдвічі більшу ніж у малих країнах. В імпорті комерційних послуг транспортні послуги мали схожу частку і в малих країнах і країнах, що розвиваються.

У 2011 р. частка інформаційно-телекомунікаційних послуг в експорті послуг мало відрізнялася у малих й інших країнах, хоча у 2003–2005 рр. ця частка в малих країнах була практично вдвічі меншою, ніж у країнах, що розвиваються. Однак відсутність даних у 2006–2010 рр. та із 2012 р. не дає можливість зробити однозначні висновки [574].

Як бачимо, за структурою імпорту послуг малі та великі економіки мало відрізняються. З іншого боку, малі країни більш залежні від імпорту спеціалізованих освітніх послуг.

Великі економіки мають більше можливостей забезпечити своїх громадян широким спектром освітніх послуг, тому мобільнішими є студенти з менших країн [557, с. 99]. Проте дистанційне навчання частково поліпшує ситуацію в малих країнах – не потрібно зайвий раз виїжджати на навчання закордон для спеціалізованого навчання [523, с. 17]. В Україні особлива ситуація у сфері освіти. Як і великі економіки Україна надає широкий спектр освітніх послуг за практично повним спектром спеціалізацій. Імпорт освітніх послуг відбувається радше з міркувань пошуку якості. У деяких випадках це дозволяє одержати специфічні знання та навички, необхідні для роботи за кордоном. А за інтенсивністю міграції Україна більше схожа на невеликі економіки.

Крім туризму та фінансів, для деяких малих країн можуть бути важливими експорт специфічних видів послуг. Наприклад, С. Анклесарія Айар зауважує, що малі країни, користуючись стратегічним розташуванням, іноді можуть надавати послуги з розміщення військових баз. Плата за ці послуги була значно відчутнішою, наприклад, для економік Мікронезії та Палау порівняно із Філіппінами. Або малі острівні країни користуються більшою мірою перевагами морського законодавства, продаючи права на використання навколишніх вод для рибальства чи видобутку корисних копалин [303]. Фактично, тут ідеться про експорт факторних послуг у вигляді ренти.

З іншого боку, якщо розглянути торгівлю квотами на викиди вуглекислого газу, то теоретично малі країни можуть мати негативний баланс за цим показником. Так, станом на 2012 р. у малих країнах викиди CO₂ зросли на 160 % порівняно з 1990 р., у країнах, що розвиваються, 77,9 %, у світі 40,8 %. Україна з від'ємним показником –57,5 % має можливість продавати квоти і в цьому вона не схожа на більших інших країн, але особливо на малі економіки [574].

Висновки щодо ефектів величини економіки для галузевої структури зовнішньої торгівлі послугами систематизовані нами в табл. 4.6.

**Таблиця 4.6. Ефекти величини економічної сили
для структури зовнішньої торгівлі послугами**

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Торговельна відкритість у сфері товарів	Менша	Більша	
Торговельна відкритість у сфері послуг	Явно менша	Явно більша	
Частка міжнародного туризму в експорті	Явно менша	Явно більша	
Спеціалізація на міжнародному туризмі	Немає даних	Імовірно виграшна	Не всі дослідження однозначно вказують на роль величини країни
Частка фінансових і страхових послуг в експорті комерційних послуг	Менша	Більша	В окремі роки можлива обернена залежність внаслідок волатильності
Волатильність частки фінансових і страхових послуг в експорті комерційних послуг	Менша	Більша	
Частка транспортних послуг в експорті комерційних послуг	Більша	Менша	До 2005 р. існувала зворотна закономірність
Можливості експорту квот на викиди CO ₂	Більші	Менші	

Джерело: складено автором за результатами метадослідження та [574].

Ціни в зовнішній торгівлі. Малі країни часто змушені нести більші матеріальні витрати, що збільшує ціни на їхній експорт, імпорт або продукцію, що конкурує з імпортом. По-перше, це викликане зазначеним раніше ефектом масштабу у виробництві.

По-друге, це транспортні витрати. Як зазначає К. Істер, малі країни часто є острівними та віддаленими від основних ринків. Це разом із торгівлею (особливо імпортом) дрібними партіями здорожчує транспортування [363]. К. Тісдел також зауважує, що малі держави південної Океанії зіштовхуються із проблемою

віддаленості, менш частих поставок (що вимагає більших витрат на зберігання), використання менших транспортних засобів, меншої конкуренції на транспорті, що збільшує витрати на транспортування [553, с. 1].

По-третє, це витрати, пов'язані з підвищеними ризиками. Часто малі країни вразливі до стихійних лих через своє місце розташування, що негативно впливає на вартість виробництва [363]. А Ф. Бачетта й Е. ван Вінкооп звертають увагу на таку закономірність: чим більша частка на закордонному ринку країни-експортера і чим більш диверсифіковані її товари (фактично, чим більша економіка), тим більше ймовірності, що її фірми-експортери будуть використовувати валюту своєї країни як валюту ціни [307, с. 26]. Зважаючи на це великі країни менше втрачають від валютних ризиків.

По-четверте, це проблеми конкуренції. К. Тісдел на прикладі держав південної Океанії стверджує, що в них конкурентне середовище є слабшим у сфері дистрибуції та інших галузях. Виробники експортної продукції зіштовхуються з монополією посередників [553, с. 2].

По-п'яте, це витрати на вхід на ринок. Як стверджують А. Акерман і Р. Форслід, вони містять фіксований компонент (наприклад, витрати на стандартизацію товару під потреби конкретного ринку) та змінний компонент, що залежить від величини ринку (наприклад, витрати на рекламу). Відповідно, витрати на вхід на ринок вищі в більших країнах. З огляду на це у великих країнах можуть дозволити собі продавати лише продуктивніші фірми, тому середня продуктивність у великих країнах вища. Відповідно, у великих ринках фірми-неекспортери продуктивніші ніж у малих, але різниця у продуктивності експортерів та неекспортерів більша в малих країнах [294, с. 19, 23–24].

Проте це не означає, що великі країни завжди продають за нижчими цінами. Д. Хаммелс і П. Кленов зауважують, що замість маркетингової стратегії мінімізації цін вони збільшують асортимент (диференціація продуктів) або підвищують якість своїх товарів [428, с. 29].

Ціни в малих країнах також зазвичай чутливіші до змін валютного курсу. Дж. Френкель, Д. Парслі, Ш.-Цз. Вей досліджують вплив зміни валютного курсу на внутрішні ціни восьми споживчих

товарів у 1990–2001 рр. на прикладі 76 країн. У теорії більша частка іноземних фірм на ринку (у менших країнах) призводить до більшого впливу валютного курсу на ціни. У ролі показника розміру економіки використовують логарифм відношення ВВП країни імпортера щодо ВВП країни експортера. Вплив його на імпортні ціни на кордоні та на ціни внутрішніх товарів-субститутів відповідає теоретичним припущенням (ціни в більших країнах пізніше адаптуються до змін у валютному курсі). Вплив на індекс споживчих цін значущий, але неочікувано протилежний: більші країни більше реагують на зміни валютного курсу [383, с. 2–14].

Від розміру країни залежить і їхній вплив на світові ціни. Часто в теоретичних економічних дослідженнях малу країну визначають як країну, що не впливає на рівень цін на міжнародному ринку, а лише залежить від них [293, с. 6]. І навпаки, велика країна – це країна, торговельна політика якої внаслідок великої частки на світовому ринку впливає на світові ціни. Великі імпортуючі країни володіють монопсонною силою, а великі експортуючі – монопольною силою [471, с. 4, 40].

Проте в реальному житті бувають і винятки. Як зазначає А. Діксіт, малі країни за ВВП іноді можуть впливати на ціни на ринках окремих сировинних або диференційованих товарів, на яких вони спеціалізуються. Крім цього, малі країни впливають на ціни шляхом участі в переговорах у межах ГАТТ – СОТ щодо регулювання торгівлі [355]. Дійсно, наприклад, ми припускаємо, що Фінляндія як потужний експортер паперу, імовірно, буде впливати на світові ціни на обладнання для паперової промисловості.

Україна, імовірно, частково зіштовхується із ціновими проблемами малих економік: на ринках тих товарів, на які існує вузький попит у країні внаслідок неплатоспроможності попиту. Неповиреність розрахунків у національній валюті в зовнішній торгівлі характерна і для середніх економік, тому в Україні очікуваною буде висока волатильність цін внаслідок коливань валютного курсу, особливо зважаючи на високий рівень торговельної відкритості.

Вплив на світові ціни Україна практично не здійснює за винятком вузької групи товарів. Зокрема в 2014 р. (розраховано за даними [563]) Україна займала помітну частку у світовому експорті таких товарів: різні продукти чорної металургії (0,2–13 %), ячмінь (11), кукурудза (10), рослині жири (10), деревина для

опалення (7), пшениця (5), яйця (3), залізна й алюмінієва руда та концентрат (3), кокс (3), залізничний транспорт (3 %).

Висновки щодо ефектів величини економіки для цін у зовнішній торгівлі систематизовані нами в табл. 4.7.

Таблиця 4.7. Ефекти величини економічної сили для цін у міжнародній торгівлі

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Ціни на експорт, імпорт і конкуруючі товари з імпортом	Нижчі	Вищі	
Питомі витрати виробництва	Низькі	Високі	
Транспортні витрати	Низькі	Високі	
Імовірність ціноутворення у власній валюті в зовнішній торгівлі	Висока	Низька	
Втрати від монопольної сили посередників	Низькі	Високі	
Маркетингова стратегія	Диференціація продукту, підвищення якості	Фокусування	
Вплив валютного курсу на ціни	Низький	Високий	Принаймні щодо цін на імпортні товари та локальні субститути; закономірність щодо споживчих цін протилежна і суперечить теоретичним уявленням
Вплив на світові ціни	Наявний	Відсутній	Відносно менші країни на окремих ринках іноді можуть впливати

Джерело: складено автором за результатами метадослідження.

Висновки

Зі збільшенням величини торговельного партнера зростають обсяги торгівлі з ним, але непропорційно менше. Про це свідчить еластичність за ВВП країни-партнера менша 1. З іншого боку, серед географічно близьких країн Україна торгує непропорційно більше з великими країнами. Проте на прикладі України ми не знаходимо підтвердження тези, що легше торгувати із країнами зі схожою величиною ВВП.

Малі країни виявляються більш торговельно відкритими. Особливо це стосується відкритості до імпорту. З іншого боку, така відкритість значною мірою забезпечується торгівлею в межах одного регіону, а торгівля великих країн не настільки регіонально замкнена. Більша торговельна відкритість малих країн є необхідною умовою їх економічного розвитку, а у великих країнах вона дає обмежений позитивний (а іноді навіть суперечливий) результат. Порівняно з великими країнами зовнішня торгівля малих країн зростала швидше, але після кризи 2008 р. динаміка відкритості практично зрівнялася.

За інших рівних обставин торговельний баланс у великих країнах кращий, а малі країни схильні до дефіциту торговельного балансу. Особливо це виявляється у країнах із середнім рівнем розвитку. Україні також легше підтримувати профіцит торговельного балансу з меншими економіками. Для найбільших економік, валюта яких є резервною, тривалий торговельний дефіцит не є проблемою, якщо він тільки не надмірний. Малі ж країни для розв'язання проблеми дефіциту балансу торгівлі товарами змушені мати менші зарплати або покривати його за рахунок переказів робітників, туризму, міжнародної допомоги, ренти за ресурси.

Всупереч теорії, немає однозначних висновків щодо суттєво більшої волатильності експорту в малих країнах. Проте навіть за цих умов внаслідок вищої торговельної відкритості, малі економіки чутливіші до коливань експортних надходжень.

Зовнішня торгівля великих й економічно сильніших країн більш диверсифікована за товарами і регіонами. Особливо це стосується експортної диверсифікації, у той час як різниця з малими країнами в диверсифікованості імпорту менша. Для малих країн є фізичні обмеження, які не дають проводити ефективну політику диверсифікації торгівлі. Великі та сильні еконо-

міки часто є вже достатньо диверсифікованими. Зважаючи на це лише середні економіки можуть із часом суттєво диверсифікувати свою зовнішню торгівлю.

Великі країни мають кращі позиції в експорті високотехнологічних товарів ніж малі країни, але переваги ефекту масштабу виявляються лише в частині високотехнологічних галузей. З огляду на це малі країни можуть спеціалізуватися на обмеженому діапазоні високотехнологічних товарів. Особливо тенденція виявляється серед країн, що розвиваються. Україна за рівнем технологічності наближається до малих країн, хоча і є тенденція до поліпшення.

За галузевою структурою малі країни більше залежать від експорту сировинних товарів (а це товари часто з географічною прив'язкою до ресурсної бази), а великі – від експорту продукції обробної промисловості. Ураховуючи більшу відкритість, це означає високу залежність малих країн від кон'юнктури світових сировинних ринків. Особливо малі країни більше залежні від експорту енергоносіїв й імпорту продуктів харчування і менше залежні від експорту продукції обробної промисловості й імпорту руди та металів. В умовах зростання цін на енергоносії відбувалася відносна деіндустріалізація малих країн за рахунок скорочення частки обробної промисловості, але із падінням цін на енергоносії ситуація може змінитися.

Україна за галузевою структурою зовнішньої торгівлі частково нагадує малі економіки, але якщо в малих країнах обробну промисловість витісняв експорт енергоносіїв, то в Україні – агропромисловий сектор. З огляду на свій розмір, Україна потенційно має більше можливостей для розвитку обробної промисловості та зменшення залежності від імпорту енергоносіїв та продуктів харчування.

Великі країни мають можливість експортувати товари, виробництво яких характеризується ефектом масштабу, ринки яких більше монополізовані та які дорожче транспортувати. А малі економіки змушені спеціалізуватися на нішевих товарах, при виробництві яких ефект масштабу не суттєвий, на ринках яких діє достатньо вільна конкуренція і транспортувати які достатньо дешево (або їх робоча сила змушена задовольнятися меншим рівнем зарплат).

Малі країни стають дедалі більш відкритими для торгівлі послугами. Порівняно із середніми показниками відкритість у торгівлі послугами в чотири рази більша, а в торгівлі товарами лише на 40 %. Як і малі країни, Україна є дуже відкритою економікою, але у відносно більшій пропорції за рахунок торгівлі товарами, а не послугами.

Для багатьох із них важливе місце відіграє міжнародний туризм, спеціалізація на якому, можливо, дозволяє їм успішніше розвиватися. Інші малі країни мають можливість спеціалізуватися на фінансових послугах або наданні права на використання ресурсів чи розміщення військових баз. Рівень спеціалізації на фінансових послугах є сильно волатильним і залежить від міжнародної кон'юнктури. Останнім часом відбувається зменшення спеціалізації малих країн від експорту транспортних послуг. За структурою імпорту послуг малі і великі економіки мало відрізняються. Однак малі економіки не мають можливості надати освіту в межах широкого спектра спеціальностей, тому вони є більш залежними від імпорту освітніх послуг. Також у зв'язку із більшим зростанням викидів CO₂ малі країни мали би більше стимулів до негативного балансу в торгівлі квотами на викиди CO₂.

Як бачимо не за обсягами, але за структурою експорту послуг Україна схожа більше на великі економіки. Ні туризм, ні фінансові послуги, ні рента внаслідок географічного положення не відіграють такої ролі як у малих країнах. Однак, навпаки, більше значення мають транспортні послуги. Також Україна менше спеціалізується на експорті туристичних послуг, ніж це дозволяє розмір її економіки.

Внаслідок більших питомих витрат на виробництво, обіг і транспортування, більшої монополізації ринків малі країни за інших рівних умов матимуть вищі ціни. Для України це також характерно для ринку частини товарів чи послуг. Ціни більш залежні від валютного курсу внаслідок більшої відкритості та непоширеності розрахунків у власній валюті в зовнішній торгівлі, що також є характерним і для України. Малі економіки не впливають на світові ціни. Середні економіки можуть впливати на ціни поодиноких видів товарів, наприклад Україна може здійснювати вплив тільки на окремих ринках продукції переважно аграрного та металургійного комплексу.

4.2. Ефекти величини економіки для міжнародних інвестиційних, фінансових та міграційних відносин

Міжнародний рух капіталу дозволяє розв'язати проблеми нестачі капіталу у країнах із його дефіцитом, прискорити їх економічний розвиток, підвищити ефективність його використання, стимулює реформи у сфері державного управління. З іншого боку, негативними наслідками можуть бути фінансові кризи, проблема накопичення зовнішнього боргу, обмеження соціальних стандартів. Факторами руху капіталу зазвичай називають різницю у рівні відсоткових ставок, економічну динаміку, регуляторні обмеження. Проте величину економіки також можна розглядати як такий фактор.

Економіка малих країн має свою специфіку, але і ця група країн не є однорідною. За напрямом спеціалізації виокремлюють три підгрупи малих країн: PROFIT (Personal considerations affecting citizenship, residence and employment rights; Resource management; Overseas engagement and ultra-national recognition; Finance and Transportation), SITE (Small Island Tourism Economies) і MIRAB (Migration, Remittances, Aid and Bureaucracy) [310]. Перша підгрупа спеціалізується на фінансах, а також персональних уподобаннях місця проживання, перевагах юрисдикції, нішевому виробництві та транспорті; друга – на туризмі; менш успішна третя – на еміграції, переказах, одержанні допомоги та бюрократії. Однак постає питання, наскільки феномен MIRAB притаманний саме малим країнам і чи є суттєві відмінності в цьому між економіками різної величини.

Вплив розміру країни на міжнародний рух капіталу аналізувався в низці закордонних досліджень. Необхідно відзначити таких дослідників: Т. Гюр, А. Дар, Ф. Доксьєр, Л. Ерден, У. Істерлі, В. Козюк, І. Корхонен, А. Краай, К. Лі, Е. Лоран, П. Мартен, О. Мозговий, Ф. Нг, Л. Ньямстерен, І. Озкан, Е. Озмен, Х. Рей, Н. Стукало, К. Фунг, С. А. Халхалі, Р. У. Херzog, М. Шифф (відкритість до руху капіталу та її причини), Р. Болдуїн, С. Брейнард, А. Гонсалес, Х. Ішизе, М. Іранкова, Т. Окубо, П. Пікард, Л. А. Річчі, Ж.-Ф. Тіссе, Д. Хаммельс (виграш чи програш країн

від міжнародних інвестицій), Х. Ван молодший, А. Гонсалес, К. Мілнер, Т. Уестевей, Т. Хассан (дохідність і вартість інвестицій), К. Кован, С. Кас, Е. Леві Йейаті, Р. Ота, У. Панісса, Ф. Штурценеггер (зовнішня заборгованість), С. Анклесарія Айар, С. Занай, Б. Зоу, П. Піеретті (різні аспекти). Особливості цих проблем в Україні розглядали Ю. Вигівська, К. Лисенко, Ю. Макогон, Я. Столярчук, В. Федосов, С. Якубовський.

Вплив розміру країни на потоки міжнародної допомоги проаналізовано у низці закордонних досліджень (М. Арвін, О. Бесерра, Е. Кавальйо, Б. Кейтер, І. Ной, Дж. Райс). Дослідженням міжнародної міграції у країнах різної величини займалися М. Бейне, Ш. Вебер, Ю. Гуменюк, Ф. Докьєр, Ж.-К. Дюмон, Ж. Леметр, А. Марфук, М. Фуджита, М. Шифф, а в Україні А. Гайдучий, А. Гуменюк, М. Кравченко, А. Мокій, С. Сіденко, М. Флейчук.

Займались цими проблемами також міжнародні організації (наприклад Світовий банк, секретаріат Співдружності, Економічна комісія ООН для країн Латинської Америки та Карибського басейну).

Іноді йдеться про дослідження, де розмір країни є лише одним із багатьох розглянутих факторів. Часто йдеться про дослідження, що акцентують увагу на проблемах малих країн та їхній відмінності від великих економік. У багатьох дослідженнях аналізують ефекти лише на прикладі країн окремого регіону. Основний масив досліджень розглядає ефекти величини країни, що вимірюється як ВВП або кількість населення. Досліджені ефекти не завжди достатньою мірою систематизовані. Поза увагою часто залишалися особливості країн середнього розміру, таких як Україна. Також емпіричні оцінки не завжди охоплюють сучасний період.

У зазначеній главі ми маємо на меті визначити, яким чином розмір країни, її економіки, а відповідно і величина її економічної сили впливає на міжнародні потоки капіталу, міжнародної допомоги та схильність до міграції [252]. Ми також плануємо з'ясувати, наскільки Україна має ознаки малої або великої економіки за цими критеріями.

Відкритість до міжнародного руху капіталу. Малі країни змушені бути більш відкритими до руху міжнародного капіталу. Принаймні, це впливає з теоретичних припущень. Зокрема, П. Піеретті, С. Занай та Б. Зоу стверджують, що малі країни потерпають від дуже обмеженого капіталу і трудових ресурсів за обсягами та різноманіттям. Невеликий обсяг внутрішнього ринку обумовлює їх відкритість до іноземного капіталу [494, с. 2]. У. Істерлі та А. Краай зауважують, що малі країни можуть надавати інвесторам кращі можливості для диверсифікації ризиків, оскільки економічні флуктуації в них слабко корелюють зі світовим діловим циклом [364]. П. Мартен та Х. Рей зазначають, що у великих же країнах сукупність доступних фінансових активів більше, що спричиняє в національних інвесторів більшу схильність до інвестування у вітчизняні акції та, відповідно, меншого ризику дефіциту поточного рахунку. Зважаючи на це немає такої необхідності залучати іноземні інвестиції, як у малих країн [457]. В. Козюк звертає увагу на ефект домашнього зміщення, коли інвестор надає перевагу інвестиціям у свою країну, замість інвестування за кордон, навіть із кращим співвідношенням дохідності та ризику. Однак цей ефект зменшувався останнім часом, про що свідчило зростання частки транскордонних активів [92].

Є й емпіричні дані на користь такої закономірності. С. Анклесарія Айар стверджує, що в середньому ПП на душу населення в малих країнах вищі, але вони йдуть переважно в економіки з ефективним регулюванням або економіки, багаті нафтою [303]. Е. Озмен також показує, що дефіцит поточного рахунку відносно ВВП менший у великих економіках (за квотою МВФ), але малі країни можуть компенсувати дефіцит за рахунок кращого управління [480, с. 3].

За даними 1970–2006 рр. щодо країн ОЕСР С. Халхалі та А. Дар доводять, що мобільність капіталу менша у великих економіках: інвестиції та заощадження більш прив'язані один до одного внаслідок регулювання та більшої захищеності від шоків [301, с. 2, 6]. Ф. Докьєр і М. Шифф підраховали, що напівеластичність ПП щодо ВВП до кількості населення становить 0,64, хоча це на порядок менше напівеластичності торговельної відкритості (5,43) [356, с. 2]. Р. Херzog за допомогою кусково-

лінійної регресії показує, що у великих країнах більші національні заощадження сильніше впливають на величину інвестицій у країні, тобто міжнародна мобільність капіталу відносно низька. У найменших країн національні заощадження майже не пов'язані з інвестиціями, що означає високу мобільність капіталу [419, с. 8].

Л. Ньямстерен зазначає, що ПІІ відносно ВВП у малих країнах вищі, ніж у середньому по світу: у розвинених країнах на 3 в. п., із середнім рівнем розвитку на 3,3 в. п., з найменшим рівнем розвитку – на 0,5 в. п. [471, с. 26]. О. Мозговий та Н. Стукало зауважують, що найбільший індекс фінансової глобалізації у 2007 р. серед розглянутих ними країн мали невеликі економіки: Кіпр, Ісландія та Ірландія. Проте це не тільки малі економіки, а й розвинені [130]. Отже, ми можемо додати, що величина економіки помітно впливає на відкритість до припливу ВВП лише після досягнення певного рівня розвитку.

Проте не всі дослідження так однозначно вказують на зв'язок величини економіки та припливу капіталу. Емпіричні дослідження доводять, що принаймні в 1980–1990-ті рр. малі країни залучали менше ПІІ ніж інші країни, що розвиваються [523, с. 14]. К. Фунг, І. Корхонен, К. Лі, Ф. Нг за даними щодо 15 країн Центральної Європи за 1990–2004 рр. знаходять прямий зв'язок між розміром ВВП та припливом ПІІ, контролюючи приплив минулих ПІІ й інші фактори. Інакше кажучи, більші економіки приваблюють більше ПІІ [388, с. 22]. Частково ми можемо це пояснити випадками політичної нестабільності в менших країнах регіону. Е. Лоран на прикладі більшості країн ОЕСР показує, що фінансова відкритість (вимірюють потоками та накопиченими ПІІ) лише слабко і статистично незначуще залежить від розміру країни [449]. Вплив величини ВВП на тісноту кореляційного зв'язку між заощадженнями й інвестиціями (різниця між ними означає міжнародний рух капіталу, а тісний зв'язок – меншу фінансову інтегрованість із рештою світу) також доволі суперечливий. Т. Гюр, Л. Ерден та І. Озкан не підтверджують вплив величини ВВП на цей зв'язок за статистичними даними щодо 86 країн, хоча на прикладі країн ОЕСР раніше вони та їхні попередники часто доводили прямий, іноді нелінійний, вплив [408].

Також згадані вище дослідження акцентують увагу на припливі капіталу, а не його відпливі. Проте більша відкритість до мобільності капіталу не обов'язково означає лише його більший приплив, а не також і відплив. Наприклад, аргумент обмеженості "меню" інвестицій грає на користь того, що відплив капіталу також буде відносно більшим у малих економіках.

Перевіримо згадані закономірності за допомогою сучасних даних Світового банку, розраховуючи середні показники за період. У 2000–2014 рр. приплив ПІІ щодо ВВП у малих країнах (що розвиваються) становив у середньому 5,7 %, а в середньому у країнах, що розвиваються, лише 2,8 %. Відплив ПІІ щодо ВВП у малих країнах традиційно (у 2000–2009) був менший: 0,8 проти 3,4 % в середньому по світу, але більший ніж у країнах, що розвиваються (0,6 %). Проте аномально високий відплив ПІІ з поодиноких країн суттєво вплинув на середній показник у 2000–2014 рр. в малих країнах (5,5 %). Зважаючи на це однозначних висновків щодо відпливу капіталу ми не можемо зробити, принаймні щодо країн, що розвиваються. Різниця між валовими інвестиціями та валовими внутрішніми заощадженнями становила у 2000–2014 рр. 3,7 % ВВП, у той час як у країнах, що розвиваються, та у світі менше 0,2 %. Розрахована нами кореляція між валовими інвестиціями та валовими внутрішніми заощадженнями становила 0,03 в малих країнах і 0,93 у країнах, що розвиваються [574]. Ці дані підтверджують більшу відкритість малих економік, принаймні в частині припливу капіталу загалом та ПІІ зокрема.

Приплив інвестицій може обумовлюватися нестачею заощаджень. У 2002–2015 рр. серед третини країн із найбільшим доходом (крім експортерів нафти) менші за розміром економіки (ВВП за валютним курсом до 250 млрд дол у 2015) мали в середньому валові національні заощадження 20 % ВВП, а більші економіки – понад 25 % ВВП (розраховано за даними [577]).

Екстраполюючи ці результати на Україну, можемо зауважити, що середня економіка України обумовлює необхідність певної відкритості для руху капіталу. Ю. Макогон і К. Лисенко наголошували на недостатньому рівні темпів інтеграції до світового фінансового ринку (зокрема за надходженням ПІІ) на відміну від високої торговельної відкритості [114]. За нашими розрахун-

ками надходження ПП до України становило у 2000–2014 рр. 4 % ВВП, у 2000-х рр. Україна тривалий час відчувала значний дефіцит поточного рахунку, різниця між валовими інвестиціями та валовими внутрішніми заощадженнями була 1,8 % ВВП, а кореляція між ними була помірною (0,46), тому Україна за цими показниками відрізнялася, але все ж була ближчою до малих економік [574]. Проте при цьому відчувалася нестача ПП, особливо враховуючи фактор Кіпру, що могло маскувати повернення національних інвестицій. Цей фактор ускладнює аналіз зв'язку інвестицій і заощаджень в умовах України. Враховуючи також середній рівень розвитку української економіки, країна вже перебуває в діапазоні, коли можна користуватися більшим відносним припливом ПП на душу населення порівняно з більшими економіками, але Україна буде програвати за цим показником меншим економікам.

Хоча економічна динаміка в Україні традиційно корелює з більшими економіками ЄС і Росії, можливо спробувати зацікавити інвесторів із країн, із якими малосинхронізований діловий цикл, пропонуючи їм можливості диверсифікації. Проте за інших рівних умов навряд чи в цьому Україна може бути більш привабливою для іноземного капіталу, зважаючи на економічну динаміку та необхідність реформ, якщо тільки не враховувати знижену вартість активів. Також хоча в економіці України присутні більшість галузей, усе ж її економіка недостатньо велика, щоб забезпечити ефективне функціонування вагомої частини галузей. Це стосується й умовної обмеженості інвестиційного "меню" за іншими критеріями (ризиковість, тривалість окупності, тінізація тощо). Іншими словами, немає всіх можливих об'єктів інвестицій, які б зацікавили весь спектр потенційних інвесторів (схильних до певних галузей, довготермінових інвестицій, неохочих до ризику або корупції). Це стимулює вплив частини капіталу за кордон і додатково обумовлює необхідність припливу іноземних інвестицій, щоб це компенсувати.

Виграш від міжнародного руху капіталу. С. Анклесарія Айар стверджує, що малі країни диспропорційно більше виграють від іноземного інвестування. Наприклад, навіть одноразова інвестиція в побудову великого готелю, банку чи шахти дає відчутний результат для малої держави [303]. Звичайно, у випадку

середньої економіки України це не виконується. М. Іранкова також зауважує, що малі країни виграють від існування міжнародних фінансових ринків [433].

Проте є й інші погляди. Т. Окубо, П. Пікард та Ж.-Ф. Тіссе стверджують, що за умов мобільності капіталу фірми переміщуються з малих країн до великих [479, с. 1]. Р. Болдуїн і Т. Окубо зауважують, що в умовах мобільності капіталу найефективніші фірми в малих країнах переміщуються у великі країни. Це збільшує продуктивність праці у великій економіці та здійснює протилежний ефект у малій [312]. Д. Хаммельс та С. Брейнард зазначають, що країни більш схильні використовувати ПП для входу на ринок більших країн й експорт – на ринок малих країн. Це викликане тим, що ПП пов'язані з великими фіксованими витратами (інвестиції в обладнання і завод, мережі дистрибуції тощо) [427, 326].

А. Гонсалес з'ясував, що багато малих країн залишаються непривабливими для іноземних інвесторів, навіть незважаючи на поліпшення інвестиційного клімату, оскільки іноземні інвестори потребують гарантій і передбачуваності доступу на великі ринки [402, с. 7]. Наприклад, Л. Річчі стверджує, що мінливість валютного курсу (гнучкий валютний курс) в умовах негнучких цін у короткотерміновому періоді призводить до більшої мінливості продажів у малих країнах, ніж у великих країнах (вимірюють за ВВП). Зокрема, збільшення величини країни на 1 % призводило до зменшення мінливості промислового виробництва на 0,18 % у 1960–1973 рр. і 0,27 % у 1973–1993 рр. У підсумку це підштовхує фірми переміщуватися з малих країн до великих, тому в малих країнах чистий приплив ПП менший, про що свідчили дані щодо країн ОЕСР [502, с. 24–25]. Це підтверджує наше попереднє припущення, що більша відкритість у малих країнах – це не тільки приплив, а й відплив капіталу.

Можливі наслідки також політичного характеру. У малих країнах є більший ризик того, що домінуючий іноземний інвестор матиме значний політичний вплив і підриватиме національне урядування [543]. Х. Ішизе також, розглядаючи багатокраїнові моделі міжнародних реальних ділових циклів, стверджують те, що чим менша країна, тим волатильність інвестицій буде більшою [431, с. 10], що може додавати до більшої волатильнос-

ті економічної активності. П. Піеретті, С. Занай та Б. Зоу приходять до висновку, що зважаючи на це можуть існувати три типи стійкого стану реакції малих економік на приплив інвестицій:

- мала країна залучає багато капіталу і зростає до рівня великої закордонної економіки;
- мала країна більше не життєздатна через втрату продуктивного капіталу;
- мала країна виживає, але залишається малою [494, с. 3].

Розглядаючи ситуацію в Україні, можемо стверджувати, що є ризики відпливу капіталу в більшій економіці, у тому числі перебазування найефективніших фірм, що стримуватиме зростання продуктивності праці. Україна також недостатньо велика економіка, щоб іноземні фірми виходили на цей ринок за допомогою ПП, особливо в умовах скорочення попиту через кризу, якщо йдеться про товари, які користуються обмеженим попитом в Україні (наприклад обладнання). Водночас, якщо йдеться про товари широкого вжитку десятки мільйонів потенційних покупців в Україні є стимулом для розміщення виробництва таких товарів в Україні, замість їх експорту. Велика волатильність обсягів виробництва в Україні робить її схожою з малими країнами та дестимулює іноземні інвестиції.

Щодо ризиків політичного характеру, то економіка України достатньо велика, щоб не допустити домінуючого впливу одного інвестора-корпорації, але все ж достатньо мала, щоб бути вразливою до впливу групи інвесторів із якоїсь великої економіки, якщо їхні інвестиції домінуватимуть. Наприклад, у дослідженні 2008 р. Я. Столярчук звертала увагу на непропорційно велику присутність російського капіталу в нафтогазовій галузі України (контроль за 85 % нафтопереробки), кольоровій металургії, телекомунікаційних послугах [198]. З іншого боку, наявність великого національного капіталу стримує ризик впливовості іноземних інвесторів. Найімовірніше, матиме місце зворотний ефект – присутність іноземного капіталу часто обмежує домінуючий вплив національного великого капіталу.

Висновки щодо ефектів величини економіки для відкритості до руху капіталу систематизовані нами в табл. 4.8.

**Таблиця 4.8. Ефекти величини економіки
для фінансової відкритості**

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Відкритість до міжнародного руху капіталу	Менша	Вища	Закономірність характерна для країн із високим і середнім рівнем розвитку. Частина досліджень не підтверджують закономірність
Фактори відкритості до міжнародного руху капіталу		Обмежені обсяги та різноманітність національного капіталу, можливості диверсифікації інвестицій, ефективність регулювання, природні ресурси, дефіцит поточного рахунку	
Фактори закритості до міжнародного руху капіталу	Більша різноманітність внутрішніх фінансових активів, захищеність від шоків, регуляторне середовище		
Виграш від мобільності капіталу	Приплив капіталу з малих країн	Відчутний ефект навіть від разової інвестиції	
Програш від мобільності капіталу		Втеча капіталу, особливо з найнеефективніших фірм, фіксовані витрати на ПШ, волатильність продаж, політичний вплив інвестора, більша волатильність інвестицій	

Джерело: складено автором за результатами метадослідження та розрахунків за [574, 577].

Структура припливу капіталу. Це питання менш досліджене. Г. Балдаччіно та Дж. Бертрам зазначають, що деякі малі країни спеціалізуються на продажі нерухомості експатріатам [310]. Ми можемо також припустити, що характер ефектів для прямого руху ПП призводить до того, що до малих країн буде приходити радше позиковий капітал і портфельні інвестиції ніж підприємницький капітал і ПП.

Співвідношення надходжень портфельних інвестицій в акції та прямих ПП у 2000–2014 рр. в середньому була в малих країнах дещо меншою (13 %), ніж у країнах, що розвиваються, (16) і у світі загалом (44 %). Це означає, що портфельні інвестиції в акції вимагають певного рівня розвитку та масштабу фінансового ринку. Однак висока волатильність зазначеного співвідношення не дає зробити однозначні висновки. Україна мала ще менше співвідношення ніж малі країни (2,6 %). Проте подібні агреговані дані щодо руху позикового капіталу (портфельні інвестиції в боргові цінні папери й інші інвестиції) Світовий банк не надає [574].

Дохідність і вартість інвестицій. Відмінності в ризиках суттєво впливають на різницю в дохідності інвестицій в економіках різної величини. Зокрема, рейтингові агентства також ураховують більшу волатильність і вразливість доходу малих країн [523, с. 13]. Т. Хассан презентував модель оцінки міжнародних активів, де великі країни мають нижчу реальну відсоткову ставку, оскільки їхні облігації є більш захищеними від шоків світового ринку. У великих країнах дохідність акцій у неторговому секторі нижча внаслідок компенсації ризиків споживання. Інакше кажучи, розмір країн пояснює різницю в дохідності акцій та облігацій [415, с. 33]. На прикладі 27 країн ОЕСР у 1980–2007 рр. учений доводить, що країна, яка має принаймні 10 % ВВП від усіх країн ОЕСР у середньому має на 2,27 в. п. нижчий відсотковий диференціал із США ніж країна з невеликим ВВП [415, с. 2]. К. Мілнер і Т. Уестевей зазначають, що приватні інвестори можуть вважати інвестиції в малі країни занадто ризиковими чи не дуже прибутковими, внаслідок чого малі країни вимушені сплачувати більші відсотки за користування капіталом [463].

Проте є й інші складові вищої дохідності, які мають компенсувати вищі витрати на інвестиції в малі економіки. Зокрема, середні витрати на кредитування в менших обсягах вищі внаслідок фіксованих витрат на одержання інформації про кредитоспроможність позичальника та на забезпечення виконання контракту в умовах різної законодавчої, адміністративної та судової системи [523, с. 13]. А. Гонсалес звертає увагу на обмежений доступ малих країн до міжнародних ринків капіталу завдяки високим транзакційним витратам внаслідок нестачі інформації, недостатнього інституційного розвитку, більших ризиків через волатильність експорту [402, с. 19]. Як зауважує Х. Ван молодший, про наявний ефект кордонів, незважаючи на інтеграцію, свідчить приклад США і Канади. Завдяки різниці у регулюванні, людським зв'язкам, інституційним каналам, усе ще легше переміщувати виробничу діяльність усередині країни ніж через кордон [569]. Іншими словами, рух капіталу легше здійснювати всередині великої країни, ніж на аналогічній за розміром території, що складається з кількох держав. Таким чином, на нашу думку, малі країни мають компенсувати негативний ефект кордону за рахунок створення сприятливішого регулювання інвестиційної діяльності, хоча і це не завжди допомагає компенсувати ефект вузькості ринку.

Однак можливий також чистий позитивний ефект для інвестора, який впливає на більшу дохідність інвестицій у малих країнах. Ідеться про те, що іноземному інвестору легше стати локальним монополістом [523, с. 19] і відповідно одержувати монопольну ренту. Звичайно, такий ефект позитивний для інвестора, а не для споживачів у малій країні. Проте варто також не переоцінювати цей негативний ефект для суспільства, оскільки іноземні інвестори можуть і руйнувати існуючі раніше монополії національних виробників.

Щодо України, ми маємо визнати, що ціна капіталу залишатиметься вищою, ніж у великих економіках, навіть за умов нормалізації економічного стану. Проте є шанс одержання переваги за цим критерієм порівняно з меншими економіками, особливо за умов поліпшення регуляторного середовища. Щодо монопольної ренти, то прихід іноземного інвестора, найімовірніше, приводитиме до демонополізації ринків.

Висновки щодо ефектів величини економіки для структури та дохідності міжнародних інвестицій систематизовані нами в табл. 4.9.

Таблиця 4.9. Ефекти величини економічної сили для структури та дохідності міжнародних інвестицій

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Структура припливу капіталу	ПП, портфельні інвестиції в акції	Позиковий капітал, купівля нерухомості експатріантами	Припущення
Вартість капіталу	Нижча	Вища	
Волатильність дохідності	Нижча	Вища	
Фактори вартості капіталу		Вищі фіксовані витрати на перевірку позичальника, забезпечення виконання контракту, інституційна нерозвиненість, регуляторна відмінність	
Монопольна рента від інвестицій	Менш імовірна	Більш імовірна	

Джерело: складено автором за результатами метадослідження та [574].

Зовнішня заборгованість. У малих країнах зазвичай більше зовнішніх зобов'язань, ніж активів [543, с. 79]. Це цілком логічно, ураховуючи більшу схильність малих країн до дефіциту торговельного балансу. Проте С. М. Кас і Р. Ота звертають увагу на можливі два протилежні ефекти для динаміки боргу. Через більш поширений фіксований валютний курс малі країни мають менше самостійності в політиці для впливу на відсоткові ставки, інфляцію та ВВП. Однак зовнішні шоки для економіки потрібно компенсувати, тому без гнучкого валютного курсу країни можуть вдаватися до активної фіскальної політики, накопичуючи зовнішній борг. З іншого боку, фіксований курс стимулює фіскальну дисципліну, оскільки надмірні державні витрати призведе-

дуть до валютної кризи [336, с. 21]. Зважаючи на це зв'язок між величиною економікою і заборгованістю не такий однозначний. Проте на практиці регресійний аналіз, як зазначають С. Кас і Р. Ота, показує, що малі країни (за населенням) мали більший державний і зовнішній державний борг щодо ВВП принаймні у 2000–2004 рр. [336, с. 25].

З іншого боку, С. Анклесарія Айар зазначає, що непропорційно мала кількість малих країн є країнами одночасно з високою заборгованістю і низьким рівнем доходу на душу населення. Із 208 країн 41 мали такий статус, а серед 41 малої країни лише 5 мають такі проблеми [303]. Іншими словами, при тому, що в малих країнах заборгованість вища в середньому, катастрофічно високий борг зустрічається рідше.

Також окремі показники заборгованості свідчать про кращу ситуацію в малих країнах. Звіт щодо країн Центральної та Південної Америки на початку 1990-х рр. показав, що малі країни мали на 1/3 менший борговий тягар у формі відношення відсоткових платежів за зовнішнім боргом щодо експорту, ніж великі [499, с. 36]. Тобто, є оптимізм у тому, що, незважаючи на більший борг, його принаймні потенційно легше обслуговувати. Однак нагадаємо, що малі країни мають і більше відношення експорту до ВВП, тому інші показники заборгованості не такі оптимістичні.

З огляду на дані Світового банку (первинний) короткотерміновий борг був меншим у малих країнах ніж у всіх країнах, що розвиваються, щодо як експорту товарів, послуг і первинного доходу (16 проти 23 % у 2014), так і валютних резервів (16 проти 26 % у 2004). Проте у 2014 р. обслуговування державного і гарантованого державою зовнішнього боргу щодо експорту товарів, послуг і первинного доходу становило 4,1 % у малих країнах порівняно із 2,5 % у всіх країнах, що розвиваються [574]. Відповідно, ми підтверджуємо неоднозначність впливу величини економіки на проблему зовнішньої заборгованості.

Якщо розглядати структуру державного боргу, то великі країни більш схильні позичати на внутрішньому фінансовому ринку, а малі на зовнішньому. Зокрема, К. Кован, Е. Леві Йейаті, У. Панісса і Ф. Штурценеггер на прикладі країн Латинської Америки доводять, що частка внутрішнього боргу в державному бор-

гу позитивно залежить від величини економіки та доходу на душу населення [349, с. 20]. На нашу думку, це цілком відповідає теоретичним припущенням, оскільки позичити в борг можливо за наявності у кредитора вільних грошей. Ураховуючи, що малі країни більш однорідні ніж великі, на нашу думку, у них менш поширеною буде ситуація, що є суб'єкти, які мають багато вільних коштів на тлі нестачі в інших. Відповідно можливості для внутрішнього кредитування обмежені, особливо в умовах більшої синхронізації економічних циклів у регіонах: усі або мають кошти, або мають потреби в їх запозиченні. Великі країни мають бути більш гетерогенними (регіони-лідери та депресивні регіони), що створює стимули для внутрішнього кредитування всередині країни.

Ураховуючи помітно негативну міжнародну інвестиційну позицію, Україна більше схожа на малі економіки. У 2008 р. С. Якубовський звертав увагу на небезпеку для фінансової стабільності перевищення зовнішнім боргом України ліквідних активів національних інвесторів і держави [287]. На нашу думку, у 2000-х рр. в умовах достатньо відкритої економіки обслуговувати зовнішній борг потенційно було легше за рахунок більшого експорту, але скорочення експорту в умовах кризи ускладнило ситуацію. Зважаючи на це рівень державного боргу в Україні досягнув 80 % ВВП [577]. При тому, що на думку В. Федосова та Ю. Вигівської валютно-фінансова стабільність у середньотерміновій перспективі можлива за його рівня в межах 35 % ВВП [216]. У 2014 р. обслуговування державного і гарантованого державою боргу щодо експорту товарів, послуг і первинного доходу становило 4,5 %, тобто навіть більше, ніж у малих країнах, хоча традиційно (до 2009) цей показник був меншим ніж у всіх країнах, що розвиваються. Проте високі показники первинно короткострокової заборгованості робили Україну схожою на великі країни [574]. Щодо структури державного боргу в економіці середнього розміру є передумови, щоб покладатися і на внутрішні і на зовнішні запозичення.

Висновки щодо ефектів величини економіки для зовнішньої заборгованості систематизовані нами в табл. 4.10.

**Таблиця 4.10. Ефекти величини економічної сили
для зовнішнього боргу**

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Міжнародна інвестиційна позиція	Швидше позитивна	Швидше негативна	
Зовнішній борг щодо ВВП	Нижчий	Вищий	
Висока заборгованість на тлі бідності	Більш поширена	Менш поширена	
Короткотерміновий борг	Більший	Менший	Як щодо експорту та первинних доходів, так і щодо валютних резервів
Частка зовнішнього боргу в державному боргу	Нижча	Вища	На прикладі Латинської Америки

Джерело: складено автором за результатами метадослідження та [574].

Міжнародна допомога. Малим країнам надають більшу допомогу міжнародні організації та інші офіційні донори. Наприклад, ООН створив Офіс високого представника з найменш розвинених країн, оточених сушею країн і малих країн, що розвиваються. Інакше кажучи, навіть формально таким країнам приділяють більшу увагу [303].

У дослідженні Світового банку йдеться, що малі країни в середньому у 1999–2003 рр. одержували офіційну допомогу в розвитку на суму 201,1 дол на душу населення (або 14,8 % ВНД), а всі країни, що розвиваються, лише 12,3 дол (1,1 % ВНД) [522, с. 26]. Л. Ньямтсерен зазначає, що офіційна допомога в розвитку щодо ВВП в середньорозвинених і найменш розвинених малих країнах вища за середньосвітовий рівень на 2,5 в. п. і 15,5 в. п. відповідно [471, с. 27]. У Центральній та Південній Америці малі країни мали в 17 разів більші надходження офіційної допомоги щодо ВВП, ніж великі [499, с. 35–36]. За розрахунками П. Вуякович у малих країнах і за площею більша частка поточних трансфертів у ВВП [566, с. 6, 13].

Переваги малих країн є і на рівні регіональних механізмів міжнародної допомоги. Малі вразливі країни одержували більше допомоги на душу населення від Європейського фонду розвитку, ніж країни, що розвиваються [523, с. 30]. Спільна програма зовнішньої допомоги ЄС (що забезпечувала чверть багатосторонньої допомоги в 1990-х рр.) на користь країн, що розвиваються, у 1986–1995 рр., як стверджують М. Арвін, Дж. Райс та Б. Кейтер, була більш схильна до допомоги країнам із меншим розміром (за населенням) і навіть вищим ВВП на душу населення (або середнім у загальносвітовому розумінні) [305, с. 49]. В Африканському банку розвитку, щоб уникнути спрямування фінансування на користь малої кількості великих країн, прийняли нормативи мінімальної та максимальної суми коштів на країну [406, с. 8].

К. Істер убачає причини більшої залежності малих країн від іноземної допомоги у вразливості малих країн до зовнішніх економічних й екологічних шоків, над якими вони не мають контролю: вони часто вразливі до стихійних лих через своє розташування. Це призводить до перерв у виробництві та втрати інфраструктури. Деякі події (виверження вулканів, підняття рівня моря) загрожують навіть самому існуванню країн [363]. К. Тісделл зазначає, що є вразливість до таких природних лих, як циклони, екзотичні шкідники та приливні хвилі. Для покриття цих збитків часто мало внутрішніх ресурсів [553, с. 7]. Відсутність власних можливостей для диверсифікації ризиків приводить до пошуку зовнішніх механізмів для страхування від ризиків. Наприклад, Карибські країни за допомогою донорів створили страховий фонд на випадок втрат від буревіїв і землетрусів [543, с. 79]. М. Арвін, Дж. Райс та Б. Кейтер виокремлюють такі причини дискримінації великих країн у сфері міжнародної допомоги:

- країна, навіть мала за розміром, є суб'єктом міжнародної політики, і має, наприклад, голос нарівні з великими країнами в Генеральній Асамблеї ООН, а своїм голосуванням може підтримати донора;
- вартість "придбання" прихильності малої країни є меншою;
- моніторинг використання допомоги є легшим у менших країнах;

- донор може намагатися надавати лише мінімальну допомогу, щоб не мати поганий імідж внаслідок ненадання допомоги взагалі;
- якщо допомога розподіляється, наприклад, пропорційно імпорту, то малі країни виграють внаслідок більшої відкритості своїх економік;
- небажання надавати допомогу великим країнам, таким як Індія або Китай [305, с. 50].

Проте малі країни також мають і проблеми із міжнародною допомогою:

- вони більш чутливі до зменшення допомоги;
- більші транзакційні витрати внаслідок невеликої величини проектів [523, с. 12, 18].

Також О. Бесерра, Е. Кавальйо та І. Ной зазначають, що чим більший ВВП країни, тим більшу допомогу у випадку природного лиха вона одержує порівняно з обсягом допомоги до природного лиха [316, с. 10, 12]. На нашу думку, можливим поясненням є те, що стандартна допомога без компенсації втрат від надзвичайних подій є суттєво більшою для малих країн. З огляду на це закономірність, яку виявили О. Бесерра, Е. Кавальйо та І. Ной, лише частково виправляє дискримінаційне ставлення до більших країн при наданні допомоги.

Розглянемо тепер сучасні статистичні дані Світового банку [574]. Офіційна допомога в розвитку у 2014 р. становила 1,85 % ВНД у малих країнах (що розвиваються) проти 0,64 % у країнах, які розвиваються, загалом та 0,21 % у середньому у світі. Ця перевага малих країн зберігається із 1965 р. (тобто, за весь час публікації статистичних даних). Схожа закономірність спостерігається і за співвідношенням офіційної допомоги в розвитку до валових інвестицій (6,9, 1,9 та 0,8 %, відповідно).

Однак у малих країн не такі явні переваги за показником офіційної допомоги в розвитку щодо імпорту: у 2013 р. – 3,4 % проти 2 у країнах, що розвиваються, і 0,57 % у світі. В окремі роки різниці між малими країнами й усіма країнами, що розвиваються, навіть практично не було (1982–1992, 1998–1999, 2002–2006). Це певною мірою підтверджує наше припущення, що в більш відкритих економіках із дефіцитом торговельного балансу держава

надає послуги відносно більше нерезидентам порівняно з резидентами. А це має бути компенсовано нерезидентами. Міжнародна допомога фактично стала одним з інструментів такої компенсації поряд із податками на міжнародну торгівлю.

Якщо розглянути відношення грантів та інших доходів до доходів державного бюджету, то принаймні ще у 2008 р. малі країни менше залежали від таких видів доходів (11,8 %), ніж країни, що розвиваються, (18,8) та світ (16,9 %). Усе ж зазначимо, що залучення до цього показника інших доходів (відсотки, дивіденди, рента, штрафи тощо) не дає можливості говорити про меншу залежність урядів малих країн від міжнародної допомоги.

Як економіка середньої величини Україна не належить до країн, яким легше надавати міжнародну допомогу, тому за інших рівних обставин допомога на душу населення залишатиметься відносно низькою. Проте по мірі зростання населення й економічного розвитку в багатьох країнах, що розвиваються, на тлі поточних економічних і демографічних складнощів в Україні міжнародна допомога може трохи більше переорієнтуватися на Україну. Звичайно, це радше механізм страхування й автоматичної корекції, ніж оптимальний шлях для України.

У 2014 р. офіційна допомога Україні в розвитку збільшилася практично в 2,5 раза щодо звичайного рівня в попередні роки. Завдяки цьому Україна вже має відношення допомоги до ВНД більше середнього рівня по країнах, що розвиваються (раніше мала менше середнього – ближче до рівня великих економік). В умовах економічної кризи та нестачі інвестицій відношення допомоги до валових інвестицій (7,6 %) стало навіть більшим, ніж у малих країнах. Проте допомога щодо імпорту (1,8 %) не досягала середнього рівня для країн, що розвиваються. У 2008 р. відношення грантів та інших доходів до доходів державного бюджету (17,4 %) було майже на середньому рівні, але цілком можливо стало більшим у 2014 р. (немає даних) [574].

Висновки щодо ефектів величини економіки для надходження міжнародної допомоги систематизовані нами в табл. 4.11.

**Таблиця 4.11. Ефекти величини економіки
для міжнародної допомоги**

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Міжнародна допомога на душу населення	Менша	Більша	Особливо у найменш розвинутих країнах
Міжнародна допомога щодо ВВП і валових інвестицій	Менша	Більша	
Міжнародна допомога щодо імпорту	Менша	Більша	Відмінності не настільки явні, а в окремі роки у минулому відсутні
Причини більшої залежності від міжнародної допомоги		Зовнішньоекономічні й екологічні шоки, вразливість до стихійних лих, менша ціна "купівлі" голосів у міжнародних організаціях, легший моніторинг використання допомоги, нижча вартість формування іміджу донора, більша торговельна відкритість, небажання допомагати великим економікам	
Приріст надходження міжнародної допомоги у випадку природного лиха щодо звичайних обсягів	Більший	Менший	Пояснюється меншими питомими обсягами допомоги великим країнам у звичайні роки
Вразливість до зменшення міжнародної допомоги	Менша	Більша	
Питома величина транзакційних витрат у проєктах із міжнародною допомогою	Нижча	Вища	

Джерело: складено автором за результатами метадослідження та [574].

Міжнародна міграція. Малі країни більш схильні до еміграції та імміграції. Ю. Гуменюк зауважує, що найбільше емігрують із малих країн (у 2011 рівень еміграції становив 14,5 %) та країн із високим рівнем доходу на душу населення за межами ОЕСР (8,7 %), які також часто є малими економіками. Рівень імміграції становив 10,8 та 32,5 %, відповідно. Інакше кажучи, у малих країнах частка іммігрантів дорівнювала рівню високорозвинених країн ОЕСР (10,7 %) [54, с. 223].

Однак особливо малі країни часто вразливіші до впливу кваліфікованих мігрантів (втеча мізків). Це зауважує К. Істер при розгляді індексу вразливості країн Британського співтовариства: у малих країн трудових ресурсів небагато, а вплив кваліфікованих кадрів часто значний [363]. М. Бейне, Ф. Докьєр і М. Шифф стверджують, що малі країни успішніші в підготовці кваліфікованих працівників (створенні кваліфікованих виробників), але менш успішні в утриманні їх усередині країни. А в більш населених країнах рівень сукупної та кваліфікованої еміграції менший [319, с. 1, 10]. Ж.-К. Дюмон і Ж. Леметр зазначають: більші економіки, що розвиваються, менше потерпають від еміграції кваліфікованих робітників і більше користуються перевагами від повернення мігрантів [360]. С. Сіденко зазначає, що особливо в малих країнах еміграція висококваліфікованих робітників може погіршити динаміку економічного і технологічного розвитку [188].

Ф. Докьєр і А. Марфук подають такі кількісні оцінки. У малих країнах, що розвиваються, 43 % кваліфікованих працівників у 2000 р. жили за межами країни свого походження. Рівень утечі мізків у 5 разів більший ніж у всіх країнах, що розвиваються, і в 12 – ніж у високорозвинених країнах. У 1990-х рр. ця тенденція зменшувалася, але недостатньо швидко. На кожні 100 працюючих малі країни змушені надавати освіту 147, ураховуючи, що решта емігрують [356, с. 23, 33]. Це привело до того, що у 2000 р. Гайана, Суринам, Гаїті та Ямайка мали рівень еміграції серед працівників із вищою освітою понад 80 % [357, с. 29]. Найбільший відсоток утечі мізків спостерігався у групі країн із населенням від 0,5 до 1 млн у 2000 р. (в 1990 у групі від 1 до 1,5 млн). Проте рівень сукупної еміграції був найбільшим у групі країн із

населенням до 0,5 млн. Напівеластичність втечі мізків до кількості населення становить 5,26, що майже дорівнює напівеластичності торговельної відкритості [356, с. 2, 16, 20]. Фактично, міжнародна торгівля й еміграція кваліфікованих працівників поводять себе схожим шляхом залежно від розміру економіки.

Причинами втечі мізків із малих країн є:

- виробництво в малих країнах є високоспеціалізованим, тому попит існує не на всі вміння;
- малі країни більше спеціалізуються на сировинних товарах, тому попит на кваліфікованих працівників є відносно меншим;
- вузька спеціалізація означає вразливість до зовнішніх шоків [356, с. 3].

На нашу думку, ще однією причиною є практично неможливість внутрішньої міграції для найменших країн. У великих і середніх країнах, навіть у менш розвинених, є території з високим або принаймні відносно вищим доходом. Тому у громадян із менш розвинених регіонів є принципова можливість переїхати в інший регіон для підвищення свого доходу без необхідності адаптуватися до іншого регуляторного, культурного та мовного середовища.

М. Бейне, Ф. Докьер і М. Шифф також зауважують, що еміграція з малих країн чутливіша до:

- релігійної роздробленості – з малих країн емігрують у три рази більше;
- ВВП на душу населення, але статистично незначно [319, с. 11–12].

К. Істер зазначає, що малі країни є більш залежними від переказів з-за кордону [363]. С. Анклесарія Айар наводить кількісні оцінки: перекази мігрантів у малих країнах у 2000–2004 рр. становили 3,1–3,5 % ВНД, а у всіх країнах, що розвиваються, 1,5–2 % [303]. А. Гайдучкий стверджує, що економічна криза сприяла зниженню потоків міграційного капіталу, імовірно, на 5–15 %. Проте порівняно із прямими і портфельними інвестиціями рух міграційного капіталу має більшу антициклічну природу, а, отже, є більш стабільним джерелом надходження фінансо-

вих ресурсів у країну. Девальвація навіть збільшує доходи одержувачів переказів у перерахунку на національну валюту [40].

Розглянемо тепер сучасніші дані Світового банку. Станом на 2010 р. частка мігрантів у населенні в малих країнах становила 5,4 % проти 1,2 у країнах, що розвиваються, та 3,1 % у світі. Отже, ми підтверджуємо, що малі країни – це не тільки більший рівень еміграції, а й імміграції. У сфері міграції малі країни так само є більш відкритими, як і до торгівлі та руху капіталу. Щодо втечі мізків, то опубліковані дані за 2000 р. свідчать, що рівень еміграції серед тих, хто має вищу освіту, становив 65,5 % у малих країнах, 7,9 у країнах, що розвиваються, і 5,4 % у світі. Іншими словами, це підтверджує те, що проблема втечі мізків у малих країнах є на порядок гострішою, ніж у середньому.

У 2014 р. персональні перекази з-за кордону становили 3,8 % ВВП у малих країнах, 1,6 у країнах, що розвиваються, і 0,7 % у світі. Щодо вартості переказу коштів, то у 2015 р. вона була практично однаковою в малих країнах й усіх країнах, що розвиваються [574].

У сучасних умовах у сфері міграції Україна зіштовхується зі схожими тенденціями, що й малі країни типу MIRAB. Усе ж не настільки. Хоча Україна мала навіть вищий коефіцієнт імміграції (більше відношення іммігрантів до населення) (у 2010 11,5 %) ніж малі країни, але це майже лише міграція між республіками за часів СРСР. Цей рівень навіть зменшився порівняно з 1990 р., у той час як у малих країнах він поступово зростає.

У 2000 р. рівень еміграції серед тих, хто має вищу освіту, становив лише 4,3 %, тобто нижче навіть середньосвітового рівня [574], але з того часу ситуація могла змінитися на гірше. Загалом спостерігається нестача надійних статистичних даних щодо міграції. А. Мокій, М. Флейчук та А. Гуменюк у 2011 р. систематизували різні оцінки кількості мігрантів з України: 1,5–4,5 млн осіб, 19,5–34,1 % населення працездатного віку. Велику розбіжність вони пояснюють недоліками системи обліку мігрантів [133]. М. Кравченко у 2010 р. подавала оцінки працюючих емігрантів з України від 1 до 7 млн осіб. Проблема ускладнена тим, що серед них висока частка в найбільш продуктивному віці і зростаюча частка тих, хто виїжджає на постійне проживання

[98]. За розрахунками А.Гайдуцького кількість емігрантів з України становить 5 млн осіб. Ускладнювала ситуацію помітна частка нелегальної та тривалої міграції [40].

Проте нерівномірність економічного розвитку територій України обумовлює внутрішню міграцію, у рамках якої люди можуть реалізовувати свої навички, особливо країно-специфічні (наприклад, у сфері національного права, регулювання). Також внутрішня міграція дозволяє компенсувати вузьку спеціалізацію виробництва в окремих місцевостях.

Позитивним моментом є перекази мігрантів і більші можливості для повернення мігрантів, ніж у малих країнах. У 2014 р. персональні перекази з-за кордону становили 5,6 % ВВП, тобто навіть більше ніж у малих країнах. Однак в Україні вони зросли майже на порядок упродовж попередніх 10 років, у той час як у малих країнах перекази навіть зменшилися [574]. Проте і тут оцінки суттєво різняться залежно від джерела. А.Гайдуцький зазначав у 2010 р., що оцінки переказів мігрантів в Україну різнилися від 0,5 до 54 млрд дол на рік, а за його власними розрахунками становили 25,6 млрд дол (або 20 % ВВП). При цьому тільки менша частина (23 %) надійшли офіційно через фінансово-банкнвську систему. Найбільший приплив переказів спостерігався до західної України (10 млрд дол) [40].

Висновки щодо ефектів величини економіки для міжнародної економічної міграції систематизовані нами в табл. 4.12.

Таблиця 4.12. Ефекти величини економічної сили для міжнародної міграції

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Рівень еміграції	Нижчий	Вищий	Найбільший із країн із населенням до 0,5 млн
Рівень імміграції	Нижчий	Вищий	
Відносний вплив кваліфікованих кадрів	Менший	Більший	Залежність нелінійна. Найбільший вплив із країн із населенням від 0,5 до 1,5 млн

Закінчення табл. 4.12

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Причини відпливу мізків		Висока спеціалізація виробництва, менший попит на кваліфікованих виробників у країнах-експортерах сировини, вразливість до зовнішніх шоків, неможливість для внутрішньої економічної міграції	
Імовірність повернення мігрантів	Вища	Нижча	
Залежність від переказів мігрантів	Нижча	Вища	

Джерело: складено автором за результатами метадослідження та [574].

Висновки

Зазвичай малі економіки є більш схильними до фінансової відкритості, особливо країни середнього і високого рівня розвитку. Принаймні це стосується припливу капіталу. Більша відкритість до руху капіталу малих країн викликана такими факторами: обмежені обсяги та різноманіття національного капіталу та заощаджень, можливості диверсифікації інвестицій, ефективність регулювання, природні ресурси, дефіцит поточного рахунку. Великі країни є більш закритими внаслідок більшої різноманітності внутрішніх фінансових активів, захищеності від шоків, ефекту кордону внаслідок відмінностей у регуляторному середовищі.

Малі країни, принаймні в теорії, зустрічаються з ризиком втечі капіталу (особливо найефективніших фірм) до великих країн, де інвестори можуть користуватися перевагами ефекту масштабу та стабільніших продаж (хоча торговельна лібералізація знижує цей ефект). Навіть разова велика інвестиція може суттєво поліпшити економічні показники малої країни, хоча і створює ризики політичного впливу інвестора. Співвідношення

вигод і питомих витрат на інвестиції часто в малих економіках гірше, внаслідок фіксованих витрат на перевірку позичальника, забезпечення виконання контракту, недостатньо розвинених інституцій, регуляторних відмінностей. У малих країнах більшою є волатильність дохідності інвестицій. Проте інвестор може скористатися перевагами монопольної ренти саме в малих країнах. Це є виграшним для інвестора, але не для суспільства.

Схильність до дефіциту поточного рахунку зазвичай обумовлює негативну міжнародну інвестиційну позицію і більший зовнішній борг у малих країнах. Зовнішні запозичення також є більшими у структурі державного боргу. З іншого боку, малі країни мають менший короткотерміновий борг як щодо експорту та первинних доходів, так і валютних резервів.

Україна за відкритістю до міжнародного руху капіталу (принаймні формально) схожа на малі країни, про що свідчать традиційні показники надходження ПІІ та помірна кореляція між інвестиціями та заощадженнями. А відношення портфельних інвестицій в акції до ПІІ навіть ще менше, ніж у малих країнах. Не так значно як у малих країнах, але стримує приплив капіталу до України та стимулює його відплив обмежений спектр характеристик потенційних інвестиційних проєктів (галузі, ризиковість, тривалість окупності, тіньові відносини тощо). Для багатьох галузей, особливо в умовах кризи, ринок України є достатньо обмеженим, але для товарів широкого вжитку він достатньо ємний, щоб створення виробництва в Україні було рентабельним. Очищена від премії за ризик дохідність від інвестицій в Україні за інших рівних умов буде меншою, ніж у великих країн, але є шанс бути більш інвестиційно привабливою за цим критерієм, ніж малі країни. Стимує приплив іноземних інвестицій висока волатильність обсягів виробництва, як у малих країнах. Економіка України достатньо велика, щоб не допустити домінуючий політичний чи ринковий вплив одного іноземного інвестора-корпорації (іноземні інвестори швидше балансують домінуючий вплив великого національного капіталу), але може бути вразливою до впливу групи іноземних інвесторів з якоїсь великої економіки.

Як економіка середнього розміру Україна може собі дозволити кредитування держави як за рахунок зовнішніх, так і внутрі-

шніх джерел. За показниками міжнародної інвестиційної позиції та обслуговування державного і гарантованого державою боргу щодо експорту товарів, послуг і первинного доходу Україна схожа на малі економіки, а за показниками первинної коротко-термінової заборгованості – на великі.

У малих країнах надходження міжнародної допомоги більше на душу населення щодо ВНД, валових інвестицій та епізодично щодо імпорту. Причинами преференційного ставлення до малих країн є зовнішньоекономічні й екологічні шоки, уразливість до стихійних лих, менша ціна "купівлі" голосів у міжнародних організаціях, легший моніторинг використання допомоги, нижча вартість формування іміджу донора, більша торговельна відкритість, небажання допомагати великим економікам-конкурентам. Проте у випадку природних лих потоки допомоги більше зростають до великих економік, але це тільки частково компенсує дискримінаційне ставлення до них. З іншого боку, малі країни більш чутливі до зменшення надходження допомоги, а питомі транзакційні витрати у проектах допомоги в цих країнах вищі.

Традиційно Україна за надходженням міжнародної допомоги була більш схожа на великі економіки, але останнім часом ситуація змінилася принаймні щодо допомоги стосовно ВНД та валових інвестицій. Додатковими стимулами для міжнародної допомоги можуть бути активна участь України в міжнародних організаціях, забезпечення прозорості у використанні допомоги, налагодження економічних зв'язків із діючими і потенційними країнами-донорами, сприяння реалізації великих проектів й усунення зайвих транзакційних витрат при реалізації проектів.

Малі країни більш схильні не тільки до еміграції, а й імміграції, що характеризує їх більшу міграційну відкритість, поряд із торговельною та фінансовою. Однак ключовою проблемою є надмірний вплив кваліфікованих кадрів. Це спричиняють висока спеціалізація виробництва, менший попит на кваліфікованих виробників у країнах-експортерах сировини, уразливість до зовнішніх шоків, неможливість для внутрішньої економічної міграції. У малих країнах також менша ймовірність повернення мігрантів. А поряд із міжнародною допомогою перекази

мігрантів є важливішим джерелом надходження валюти, ніж у великих економіках.

Є схожість України з малими економіками і в частині помітної залежності від міграції. Однак міграційні проблеми в ній менші, а рівень та динаміка переказів мігрантів є кращими.

4.3. Регулювання зовнішньоекономічних відносин в економіках різної величини

Не існує порад щодо ідеального регулювання зовнішньоекономічних відносин для всіх країн одночасно. На вибір оптимальної політики впливають багато факторів: рівень розвитку, структура економіки, стадія економічного циклу, гео економічне розташування тощо. Одним із найважливіших чинників, які фактично визначають характер, функції та механізм регулювання міжнародної торгівлі, є величина економіки.

У цій главі ми маємо на меті визначити, яким чином розмір країни, її економіки, а відповідно і величина її економічної сили, впливає на регулювання міжнародної торгівлі, інвестицій, валютних відносин та міграції. На цій основі визначається, наскільки зовнішньоекономічна політика України обумовлюється величиною її економіки. У випадку інвестиційного регулювання ми також аналізуємо досвід Азербайджану – економіки меншого, але також відносно середнього розміру.

Вплив розміру країни на її зовнішньоторговельну політику вивчали в низці закордонних досліджень. Необхідно згадати таких дослідників: А. Гонсалес, С. Джоусон, П. Стрітен (оцінка доцільності імпортозаміщення), А. Бехар, М. Ларч, Ф. Маннерс, Б. Нельсон, Л. Ньямтсерен, Т. Тошиміцу, Г. Фельбермайр, Б. Юнг (тарифне регулювання), М. Амін, Л. Паїж, Дж. І. Хайдар (нетарифне регулювання), Г. Кодрінгтон (вплив регулювання зовнішньої торгівлі на державний бюджет), Ф. Ахмаді-Есфahanі Т. Бернауер, Р. Кессіді, Л. Ньямтсерен, Т. Сеттлер, Р. Стенмор, Дж. Уолтерс, І. Шапіро (торговельні суперечки і заходи у відповідь).

Регулювання міжнародних інвестиційних потоків в умовах малих і великих економік розглядали С. Анклесарія Айар, І. Вутон, У. Г. Демас, Х. Кодрінгтон, Е. Лоран, І. Педь, Ф. Рика, Н. Савчук, А. Хауфлер (податковий арбітраж), А. Вінеке, Х. Гнуцманн, А. Гуменюк, Д. Елдрідж, К. МакКарти, А. Мокій, Х. Рйоо, Б. Унгер, М. Флейчук (регуляторний арбітраж), С. Занай, Б. Зоу, П. Піеретті (різні аспекти).

Особливості валютної політики в економіках різної величини розглядали В. Галстіан, С. Кас, Р. Ота, А. Роуз (валютний курс), А. Субраманьян (валютні резерви), О. Галушка, Ф. Мартен (різні аспекти). С. Анклесарія Айар, М. Бейне, Ш. Вебер, Ф. Докьєр, М. Фуджита, М. Шифф досліджували вплив економічної асиметрії на регулювання міжнародної міграції. Займалися цими проблемами також міжнародні організації (наприклад, Економічна комісія ООН для країн Латинської Америки та Карибського басейну).

Досліджені ефекти не завжди достатньою мірою систематизовані. Поза увагою часто залишалися особливості країн середнього розміру, таких як Україна. Також емпіричні оцінки не завжди охоплюють сучасний період.

Експортно-імпортні пріоритети зовнішньоторговельної політики. П. Стрітен зазначає, що малим країнам складніше здійснювати політику імпортозаміщення [536, с. 7]. С. Джоусон також критикує ініціативи уряду типу "купуй місцеве" в малих країнах, які будуть менш ефективними та дорогими: у малих країнах із меншою ймовірністю є місцева промисловість, що виробляє субститути імпортних товарів для державних закупівель [434, с. 20]. Дійсно, ефект масштабу просто не дозволяє формувати конкурентоздатне місцеве виробництво одночасно у великій кількості галузей.

Проте А. Гонсалес називає низку причин, чому малі країни мають більші витрати на шляху від імпортозаміщення до експортостимулювання, що ускладнює відхід від політики імпортозаміщення:

- специфічні фактори виробництва та складнощі переорієнтації специфічних навичок для альтернативних цілей у коротко- і середньотерміновій перспективі;

- мала величина робочої сили й обмеженість її мобільності внаслідок тісних персональних зв'язків;
- конкурентна стратегія малих країн має базуватися на якості та диференціації продукту, оскільки вони не можуть конкурувати на основі кількості та стандартизації – а це потребує розвитку людського капіталу і знань, що є витратним для малих фірм;
- більші соціальні витрати на переадаптацію внаслідок меншої кількості та величини фірм і необхідності радше створювати нові фірми, ніж розширювати спектр діяльності існуючих фірм;
- малі виробники зіштовхуються більшою мірою з інформаційними бар'єрами, такі як маркетингова інформація;
- негнучкі нерозвинені ринки капіталу і нестача інвестиційних можливостей;
- вузька спеціалізація обмежує гнучкість у переорієнтації виробництва у відповідь на швидкі зміни в ринковому попиті;
- складність адаптуватися до мережевої економіки на основі знань в умовах відсутності переваг кластеризації, внутрішньої конкуренції, технологічних інновацій та акумуляції знань;
- фінансова адаптація в умовах втрати доходів бюджету від лібералізації торгівлі, оскільки традиційно малі країни покладаються на оподаткування торгівлі;
- хоча ефект масштабу можна досягти завдяки експорту, усе ж малим країнам в умовах вузького внутрішнього ринку досягти цього складніше [402, с. 6–7].

Проте, на нашу думку, ці перепони в довготерміновій перспективі переважно зменшуються по мірі структурної трансформації. Та якщо світовий попит часто змінюється, вимагаючи подальших галузевих структурних змін у малих економіках, це дійсно стає проблемою. У випадку середньої економіки України ці проблеми за окремими винятками (нестача капіталу, вузький ринок для низки галузей) не настільки виражені. Зважаючи на це експортоорієнтована стратегія цілком придатна для України, але й обмежене імпортозаміщення можливе.

Тарифне регулювання зовнішньої торгівлі. Малі країни мають обмежені можливості у проведенні ефективної митно-тарифної політики. Г. Фельбермайр, Б. Юнг і М. Ларч стверджують, що відносно більший розмір країни приводить до більшого рівня оптимального тарифу [381, с. 3]. Л. Ньямтсерен зазначає, що збільшенню добробуту у великій країні завдяки ефекту умов торгівлі може сприяти як імпортерне мито, так й експортний податок. У малих країнах навпаки, споживачі лише програватимуть від імпортерного тарифу [471, с. 5]. Б. Хоукман, Хіау Лооі Кее і М. Оларреага зауважують, що торговельні бар'єри для імпорту мають сильніший антиконкурентний ефект у малих країнах, що виявляється у вищих торгових націнках [421, с. 25, 29]. У випадку України ефект умов торгівлі майже відсутній (ним користуються лише або великі економіки й іноді середні економіки, що посідають помітну частку у світовому експорті або імпорті відповідного товару), окрім окремих видів продукції переважно сільського господарства (наприклад, соняшникове насіння й олія, зернові, мед) чи металургії. Тому це створює передумови для низьких митних тарифів в Україні для переважної більшості товарів.

Проте висновки Т. Тошиміцу не такі однозначні. Він наголошує, що в умовах вільної конкуренції уряд має дотримуватися політики вільної торгівлі. Проте якщо іноземний експортер володіє монопольною силою, то великим країнам варто мати політику вільної торгівлі, а малим здійснювати тарифну політику. Наприклад, мала країна, що не виробляє нафту, має зберігати тарифи щодо країн ОПЕК [555, с. 1, 16].

Відповідно, навіть одностороннє зниження тарифів може мати позитивний ефект для України. Однак щодо окремих товарів варто зберігати тарифний захист перед закордонними олігополістами. Практика показує, що середньозважений імпортерний тариф у світі становив у 2012 р. 2,88 %, а в Україні 2,06 %. А поширеність тарифних піків серед тарифних ліній – 12,6 та 1,1 %, відповідно [574]. Іншими словами, навіть до набрання чинності ЗВТ з ЄС Україна випереджала середньосвітовий рівень за тарифною лібералізацією і при цьому характеризувалася відносно низьким рівнем селективного протекціонізму.

Нетарифне регулювання зовнішньої торгівлі. Л. Паїж приходить до парадоксального висновку щодо зовнішнього впливу податкової конкуренції на імпорتنі податки та прикордонну торгівлю. Приклад акцизного податку на дизель у ЄС показує, що великі країни сильніше змінюють власні ставки податку, реагуючи на зміни в податку в сусідніх країнах [481, с. 29].

А. Бехар, Ф. Маннерс і Б. Д. Нельсон досліджують ефект від поліпшення торговельної логістики загалом (наприклад, зниження витрат на транспорт, перетин кордону і дистрибуцію). Це поліпшення знижує витрати на торгівлю, але в малих країнах цей ефект набагато менший, хоча поліпшення логістики буде й більш витратним у великих країнах [318, с. 1, 16].

На практиці приклад країн Центральної та Південної Америки на початку 1990-х рр. показує, що малі країни рідше вдавалися до субсидій або обмежувальних заходів у торгівлі згідно з розслідуваннями за інформацією СОТ, імовірно менше вдавалися до нетарифних обмежень, що робить їх зовнішньоторгівельну політику прозорішою і менш ускладненою. Пояснюють це менш розвиненою системою державного управління в малих країнах [499, с. 28–29]. У цьому ж руслі, розглянувши 106 країн, що розвиваються, М. Амін і Дж. Хайдар приходять до висновку, що малі країни (за населенням) вимагають меншу кількість документів для експорту чи імпорту (показник сприяння торгівлі). На нашу думку, це цілком обґрунтовано, зважаючи на меншу вартість поставок. Також ці дослідники зазначають, що вказана залежність нелінійна і сильніше виявляється за менших розмірів країни [300, с. 3, 13].

З огляду на це ми припускаємо, що середня економіка України об'єктивно буде за ускладненістю зовнішньоторгівельної політики тяжіти до рівня великих країн за інших рівних умов. Дані Світового банку підтверджують це. Так, час на експортні процедури у 2014 р. в середньому в малих країнах (що розвиваються) становив 20,35 днів, у світі – 21,53, у країнах, що розвиваються 25,7, в Україні 29; імпорتنі – 21,38, 24,47, 29,8 та 28 днів, відповідно. Схожа закономірність спостерігалася і щодо вартості експортування або імпортування контейнеру, кількості документів для оформлення експорту або імпорту. Хоча відмінностей між малими і країнами, що розвиваються, практично не було у випадку

порівняння ефективності процесу митного оформлення як складової частини індексу ефективності логістики [574].

Фіскальна роль зовнішньоторговельної політики. Малі країни більше залежать від оподаткування імпорту як джерела наповнення бюджету. У разі тарифної лібералізації вони важче адаптуються до цього [523, с. ii]. Зокрема, Г. Кодрінгтон досліджував 33 країни, що розвиваються, у 1980–1984 рр., порівнюючи відносно дуже великі (верхня квартиль – понад 25 млн осіб, 30 млрд дол ВВП і 700 тис. кв. км) і дуже малі країни (нижня квартиль – менше 1,5 млн осіб, 1,5 млрд дол і 31 тис. кв. км) для уникнення проблеми довільної межі між ними. Відносно всіх податкових надходжень малі країни більшою мірою залежали від податків від міжнародної торгівлі (54,9 %). Велике значення податків на міжнародну торгівлю пояснюють більшою відкритістю малих країн [338]. Дослідження країн Центральної та Південної Америки на початку 1990-х рр. також підтверджує це, при тому, що митні ставки не є вищими, ніж у великих країнах [499, с. 26–27].

На нашу думку, вища залежність від оподаткування імпорту малих країн обґрунтовується і тим, що в умовах більшої відкритості економіки бюджет країни спрямовують на забезпечення інтересів не тільки резидентів, а й нерезидентів. Наприклад, витрати на оборону і забезпечення правопорядку – це не тільки витрати на захист резидентів, а й витрати на захист ринку для іноземних товарів; на транспортну інфраструктуру – також полегшують доставку іноземних товарів; на освіту – також полегшує освоєння резидентами іноземних високотехнологічних товарів; на соціальні трансфери – також створюють попит на іноземні споживчі товари. Відповідно, більша частина платежів до бюджету має покладатися на нерезидентів (у формі мит, імпортих податків, податків на іноземні інвестиції або навіть грантів), виходячи із принципу: сплачує той, хто користується благами. Посилює цю закономірність те, що малі країни частіше мають дефіцит торговельного балансу, а країни з таким дефіцитом за інших рівних умов більше надають державні послуги нерезидентам ніж одержують державні послуги з-за кордону.

У випадку України сильно відкрита економіка України для свого розміру у 2000-х рр., особливо в умовах дефіциту торгове-

льного балансу, об'єктивно мала би відносно більше передумов покладатися на доходи від оподаткування торгівлі. Зокрема, у 2014 р. експорт та імпорт товарів і послуг становив 102 % ВВП, при тому що у світі цей показник був 59 %, у країнах, що розвиваються, 55 %, а в малих країнах – 98 %. При цьому частка доходів бюджету від оподаткування зовнішньої торгівлі становила у 2008 р. у малих країнах 18,5 %, в середньому у світі 4,8 %, у країнах, що розвиваються, 6,9 %, в Україні – 3,7 % [574]. Інакше кажучи, у випадку України існує суперечність між високим рівнем торговельної відкритості (як у малих країнах) та значенням доходів бюджету від зовнішньої торгівлі (як у великих країнах).

Проте формально існуюча ЗВТ у межах СНД, вступ до СОТ й укладання Угоди про асоціацію з ЄС обмежили можливості для поповнення доходів бюджету за рахунок оподаткування зовнішньої торгівлі. Проте і в реальній площині ускладнена економічна динаміка у 2013–2014 рр. й особливо у 2009 р. призвела до зменшення торговельної відкритості за імпортом і практично вирівнювання торговельного балансу у 2009 і 2015 рр. Усе це створювало формальні та частково реальні передумови для зменшення залежності державного бюджету від оподаткування зовнішньої торгівлі.

Висновки щодо ефектів величини економіки для зовнішньоторговельної політики систематизовані нами в табл. 4.13 [258].

Таблиця 4.13. Регулювання зовнішньої торгівлі у великих і малих економіках

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Політика імпортозаміщення	Можлива	Неефективна	
Оптимальний митний тариф	Вищий	Нижчий	
Антиконкурентний ефект митного тарифу	Низький	Високий	
Ефективність зниження митних тарифів	Залежить від ефекту умов торгівлі	Висока, якщо глобальний ринок товару конкурентний	

Закінчення табл. 4.13

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Реакція на зміну акцизних зборів в інших країнах	Сильніша	Слабша	Досліджено лише на прикладі ЄС
Ефект від поліпшення логістики	Сильніший, але і витратніший	Слабший	
Використання субсидій на практиці	Частіше	Рідше	Досліджено лише на прикладі Латинської Америки
Зовнішньоторговельна політика	Більш ускладнена	Прозоріша і простіша	
Кількість документів для експорту й імпорту	Більша	Менша	Відмінності між великими і середніми країнами мала
Залежність бюджету від податків на міжнародну торгівлю	Менша	Більша	Не за рахунок вищих ставок, а за рахунок більшої торговельної відкритості
Частка державних послуг нерезидентам	Менша	Більша	

Джерело: складено автором за результатами метадослідження та [574].

Стратегія залучення іноземних інвестицій. Міжнародні інвестиції є важливим фактором економічного розвитку, особливо для країн із середнім або низьким рівнем розвитку. З огляду на це уряду зацікавлені залучати іноземний та утримувати у країні національний капітал. Конкуренція за інвестиції відбувається між країнами різного типу: з різним рівнем розвитку, географічним розташуванням і величиною економіки. Незважаючи на торгову лібералізацію і регуляторну інтеграцію великі економіки все ще мають природні переваги у прибутковості інвестицій. Зважаючи на це малі, великі країни, а також країни середньої

величини можуть мати неоднакові стратегії у сфері формування інвестиційного клімату [240].

Малі країни намагаються штучно компенсувати недоліки ефекту масштабу і підвищені ризики відкритості. П. Піеретті, С. Занай і Б. Зоу припускають, що малі країни намагаються залучити іноземні інвестиції низькими податками або високою якістю державних благ (інфраструктура, послуги, регулювання) [494, с. 3]. Фактично, малі країни можуть залучити капітал і без статусу податкових гаваней, якщо надають якісні державні послуги [493, с. 17]. С. Анклесарія Айар звертає увагу, що малі країни користуються перевагами податкового арбітражу (іноді податкові ставки навіть нульові) або регуляторного арбітражу (слаборегульовані фінансові центри з ліберальним ставленням до походження грошей – наприклад, Багамські о-ви, Барбадос, Маврикій, Антигуа і Барбуда, Бермудські о-ви, Кайманові о-ви). Цей арбітраж залишався перевагою навіть після підвищення прозорості у відповідь на звинувачення у сприянні відмиванню грошей, ухилення від податків, обслуговуванні злочинних організацій [303].

Податковий арбітраж. Е. Лоран на прикладі більшості країн ОЕСР емпірично визначив, що малі країни використовують нижчі корпоративні податки для залучення капіталу [449]. Ф. Ріка пояснює причини податкового арбітражу в такий спосіб. Фіскальна політика в малих країнах мало впливає на світову рівноважну прибутковість капіталу. Завдяки цьому вони можуть знижувати податок на капітал щодо великих країн [503, с. 22]. У. Демас для пояснення податкового арбітражу використовує поняття структурної та функціональної відкритості. Мала країна структурно відкрита економічно через обмеженість внутрішніх ресурсів. Однак вона в межах стратегії розвитку може цілеспрямовано стати функціонально відкритою, наприклад, занижуючи ставки податків [352].

А. Хауфлер та І. Вутон стверджують, що фірми більш схильні інвестувати у великі країни, щоб економити на торгових витратах. Зважаючи на це великі країни можуть дозволити собі великі податки на прибуток іноземних фірм, а малі – ні [416]. І. Педь наголошує на неоднаковій інтенсивності міжнародної

податкової конкуренції у країнах із малою та великою відкритою економікою. В останніх відплив капіталу в країни з меншим рівнем оподаткування частково капіталізується в дохід на капітал у її резидентів. Також країни з ємним внутрішнім ринком за менших податкових втрат можуть приваблювати більше мобільних факторів виробництва, ніж малі економіки внаслідок операційних витрат й ефекту масштабу [153]. Ми також припускаємо, що можливості для податкового арбітражу (на дохід) у малих країнах можуть бути обумовлені тим, що вони традиційно більше покладаються на податки з міжнародної торгівлі.

Ми також можемо зауважити, що податковий арбітраж може базуватися не тільки на ставці податку, а й на кількості податків, що впливає на легкість процедур зі сплати податків. Зокрема, Х. Кодрінгтон наголошував, що кількість податків щодо рівня оподаткування (у % ВВП) в малих країнах в 1,5 рази менша, ніж у великих країнах. Фактично, малі країни концентруються на найважливіших для них податках, які легше адмініструвати [338].

Для перевірки сучасних тенденцій впливу величини країни на регулювання бізнесу ми використовуємо статистичні дані Світового банку [574], середні щодо різних груп країн, а також дані щодо України й Азербайджану.

На перший погляд, рівень оподаткування в країнах різної величини схожий. Сумарні податки (крім податків на дохід фізичних осіб, на додану вартість та подібні) відносно комерційного прибутку фірм мало відрізняються (у 2015 – 40,1 % у малих країнах; 41,7 у країнах, що розвиваються, загалом; 40,9 у середньому у світі; 39,8 % в Азербайджані), і тільки в Україні були явно вищими (52,2 %). При цьому ще у 2005 р. в малих країнах цей показник був помітно меншим (50,4 %), ніж у країнах, що розвиваються, й Україні (57,3 % в обох випадках). В Азербайджані він був навпаки меншим (46,4 %). Таким чином, переваги податкового арбітражу в малих країнах й Азербайджані майже зникли, а в Україні існувала проблема негативного податкового арбітражу.

Проте структура податкового навантаження відрізняється. На практиці 19,7-відсоткова частка податку з прибутку в комерційному прибутку в малих країнах більша, ніж 17,1 у країнах,

що розвиваються, і 15,9 % у світі. В Україні – навпаки, тільки 9 %, в Азербайджані – 12,9 %. Податки та збори, пов'язані із працею, становили 8,5 у малих країнах; 14 у країнах, що розвиваються; 15,9 у світі; 24,8 в Азербайджані; 43,1 % в Україні (але у 2016 повинні бути нижчими внаслідок реформи). Тобто, за структурою оподаткування Азербайджан й Україна були більш схожі на великі економіки, де вище відносне податкове навантаження на працю. Також, як стверджує Н. Савчук, в Україні одна з найнижчих ставок на податок фізичних осіб, з іншого боку є й невикористання можливостей звільнень від сплати податку на прибуток з інвестиційно спрямованим характером, що практикується в країнах із високими стандартними ставками податку на прибуток [181].

Що стосується неформального додаткового "оподаткування", у 2015 р. частка фірм, які повинні були давати подарунки при зустрічі із працівниками податкових служб, становила в малих країнах 6,1 % порівняно з 15,1 % у країнах, що розвиваються, і 12,7 % у світі. Для Азербайджану й України цей показник відомий тільки за 2013 р. і становив 12,5 і 50 %, відповідно.

Розглянемо тепер складність податкової системи. У 2015 р. час на оплату податків становив 205 год у малих країнах, 261 у світі, 299 у країнах, що розвиваються, 195 год в Азербайджані і 350 год в Україні. Тобто, Азербайджан схожий на малі економіки, а Україна – на великі. Якщо в малих країнах за попереднє десятиліття цей час майже не змінився, то у відносно більших економіках відбулися відчутні поліпшення, хоча система оподаткування, як бачимо, залишається все ще більш складною. В Україні порівняно із 2007 р. (2085 год) відбулися кардинальні поліпшення, як і в Азербайджані (756 год).

Висновки щодо ефектів величини економіки для стратегії залучення іноземних інвестицій та податкового регулювання систематизовані нами в табл. 4.14.

Таблиця 4.14. Стратегія залучення іноземних інвестицій та їх податкове регулювання у великих і малих економіках

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Способи залучення інвестицій	Природні: ефект масштабу, менша волатильність ринку	Штучні: податковий арбітраж, регуляторний арбітраж, якість державних послуг	
Податки	Вищі	Нижчі	Останнім часом ця закономірність не підтверджується
Вплив фіскальної політики на світову дохідність капіталу	Помітний у найбільших економіках	Незначний – в окремої країни (якщо не брати всю сукупність малих країн – податкових гаваней)	
Податки на прибуток	Нижчі	Вищі	Ці сучасні оцінки суперечать традиційним уявленням
Податки і збори, пов'язані з працею	Вищі	Нижчі	
Корупційний податок	Вищий	Нижчий	

Джерело: складено автором за результатами метадослідження та [574].

Регуляторний арбітраж. Х. Гнудманн, К. МакКарті та Б. Унгер пояснюють регуляторний арбітраж і, відповідно, толерантне ставлення до залучення капіталу з метою відмивання грошей тим, що малим країнам легше ізолювати себе від негативних наслідків злочинної діяльності, яка базується за кордоном (мала країна має малу частину у світовому "споживанні" злочинності) [400, с. 3, 6, 10].

Д. Елдрідж, Х. Рйоо і А. Вінеке досліджують регуляторний арбітраж у банківському секторі. Банківські регулятори в малих країнах мають невеликий вплив на глобальні відсоткові ставки. Зважаючи на це вони можуть вдаватися до ослабленого режиму регулювання (наприклад, за нормативами достатності капіталу), щоб збільшити прибутковість банків своєї країни без ризиків зменшення глобальних відсоткових спредів. Відповідно, регулятори у великих країнах мають менше стимулів відхилитися від жорстких міжнародних регуляторних стандартів [371]. Однак ураховуючи, що нормативи достатності капіталу є проциклічними [31], це може бути й компенсатором проти посилення волатильності економічної динаміки в малих країнах.

Ми бачимо, що дослідники зазвичай звертають увагу на негативні аспекти регуляторного арбітражу в малих країнах. Проте якщо розглядати регуляторний арбітраж ширше, то він може містити і позитивну конкуренцію між країнами у сфері якості державного управління.

Перевіримо тепер гіпотезу про наявність регуляторного арбітражу в широкому розумінні, використовуючи статистичні дані Світового банку [574]. Рейтинг Country Policy and Institutional Assessment регуляторного середовища для бізнесу у 2014 р. в середньому майже не відрізнявся серед економік різної величини (але у 2005 малі країни мали трохи кращу ситуацію, ніж в інших країнах). Іншими словами, той мінімальний регуляторний арбітраж, яким користувалися малі країни, загалом зникає. За індексом легкості ведення бізнесу малі та всі країни, що розвиваються, майже не відрізняються. Далі перевіримо основні складові регулювання бізнесу.

Вартість започаткування бізнесу щодо ВНД на душу населення у 2015 р. в малих країнах була меншою – на рівні 31,7 %, проти 34,8 % у країнах, що розвиваються, але більшою, ніж 26,1 % у світі. Для порівняння в Україні – тільки 0,6 %, в Азербайджані – 1,2 %. Однак кількість днів для започаткування бізнесу була великою в малих країнах – 25,7 днів, порівняно із 22,9 днями у країнах, що розвиваються, і 20,4 днями у світі. Азербайджан із трьома днями і Україна із сімома днями мали ознаки великих економік.

Кількість процедур для започаткування бізнесу та кількість процедур для реєстрації власності у 2015 р. майже не відрізнялися в малих країнах і всіх країнах, що розвиваються. Хоча ще у 2004 р. малі країни явно були привабливішими за цими показниками. Україна й Азербайджан у 2004 р. мали кількість процедур вищу середньої, а у 2015 р., навпаки, нижчу (крім України з реєстрації власності). Час на реєстрацію власності становив у 2015 р. 67 днів у малих країнах, 54 у країнах, що розвиваються, 48 у світі та 23 дні в Україні. Останнім часом Україна суттєво поліпшила цей показник і стала схожою на великі країни: ще у 2011 р. цей час був у півтора раза більшим ніж у малих країнах. В Азербайджані цей показник ще менший (8,5 днів).

Час, необхідний для приєднання до електромереж, становить 93 дні в малих країнах, 106 у країнах, що розвиваються, і 97 днів у світі. Україна (263 дні) схожа на великі економіки, а Азербайджан (87 днів) – на малі. Меншим був час для отримання операційної ліцензії в малих країнах (15,7 дня) порівняно з країнами, що розвиваються (26,1), і світом загалом (31,4 дня). Дані щодо Азербайджану й України, доступні за станом на 2013 р, показують їх схожість із малими економіками (5,3 і 16,5 дня, відповідно).

Виграють малі країни і за часом, необхідним для досягнення відповідності державним регуляторним вимогам, (7 % часу менеджменту), порівняно із країнами, що розвиваються, і світом загалом (10 %). Щодо України дані доступні тільки для 2013 р. (майже 20 %), тому Україна схожа на великі країни за цим показником. У 2013 р. Азербайджан демонстрував ще кращий показник, ніж малі економіки (0,3 %).

У 2015 р. час на розв'язання проблеми неплатоспроможності підприємств був у малих країнах меншим (2,6 року) порівняно із країнами, що розвиваються (2,86 року) і дорівнював загальносвітовому рівню. Україна мала показник у 2,9 року, тобто трохи ближче до рівня великих економік, Азербайджан, навпаки, краще ніж у малих економіках (1,5 року). У малих країнах був трохи кращим індекс сили юридичних прав кредиторів і боржників (5,6 року), порівняно із країнами, що розвиваються (5) і світом (5,1 року). Проте розрив між ними щодо 2013 р. скоротився практично на третину (величина умовна, ураховуючи, що її ви-

мірюють у балах). Україна мала формально навіть кращі показники, ніж у малих країнах (8), а Азербайджан – навпаки (2).

Індекс Country Policy and Institutional Assessment прав власності та правового управління у 2014 р. був найкращим у малих країнах (3,26 бала), ніж у країнах, що розвиваються (2,86). Азербайджан був ближчим до середнього рівня (3), принаймні у 2013 р. Індекс Country Policy and Institutional Assessment прозорості, підзвітності та корупції у державному секторі в малих країнах і країнах, що розвиваються, становив 3,35 і 2,91 бала, відповідно. У 2010 р. в Азербайджані цей показник був нижчим середнього, що робило його схожим на великі економіки.

Що стосується банківського регулювання, то у 2013 р. співвідношення банківського капіталу до активів де-факто становило 9 % у малих країнах порівняно із 9,5 у країнах, що розвиваються, і 10,2 % у світі. Україна за цим показником (15,1 %) і особливо Азербайджан (17) мали ознаки великих економік, проте у 2015 р. в Україні співвідношення зменшилася до 7,6 %. Також раніше Україна була схожою на малі країни в тому аспекті, що у 2001 р. опинилася в "чорному списку" ФАТФ країн, які не співпрацювали у сфері боротьби з відмиванням (2/3 країн у списку були малими країнами) [133].

Висновки щодо ефектів величини економіки для адміністративного регулювання іноземних інвестицій систематизовані нами в табл. 4.15.

Таблиця 4.15. Адміністративне регулювання іноземних інвестицій у великих і малих економіках

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Регуляторне середовище для бізнесу	Помірно гірше	Помірно краще	Останнім часом ця закономірність не підтверджується
Легкість заснування бізнесу	Помірно складніше	Помірно легше	Останнім часом ця закономірність не підтверджується
Час на реєстрацію власності	Менший	Більший	
Час, необхідний для приєднання до електромереж	Більший	Менший	

Закінчення табл. 4.15

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Час на одержання операційної ліцензії	Більший	Менший	
Час на сплату податків	Більший	Менший	Останнім часом відмінності у складності податкових систем стала меншою
Час, необхідний для досягнення відповідності урядовим регуляторним вимогам	Більший	Менший	
Час на розв'язання проблем неплатоспроможності компаній	Більший	Менший	
Індекс сили юридичних прав кредиторів і позичальників	Помірно гірше	Помірно краще	Останнім часом різниця стала меншою
Індекс права власності та правового управління	Гірше	Краще	
Індекс прозорості, підзвітності та корупції в державному секторі	Гірше	Краще	
Ставлення до походження інвестицій	Жорстке	Ліберальне	
Слідування міжнародним регуляторним стандартам і банківській сфері (зокрема норматив достатності капіталу)	Більше стимулів	Менше стимулів	

Джерело: складено автором за результатами метадослідження та [574].

Валютно-курсова політика. Величина країни пов'язана з режимом валютного курсу. А. Роуз зазначає, що малі країни більше схильні мати фіксований валютний курс, а великі – плаваючий із таргетуванням інфляції [506, с. 11]. На нашу думку, це цілком обґрунтовано, ураховуючи більшу відкритість малих економік.

С. Кас і Р. Ота з'ясували, що у 35 із 42 розглянутих ними малих країн валютний курс фіксований, іноді з валютною інтеграцією з

більшим валютним простором, таким як США чи зоною євро. Причиною вибору фіксованого курсу малими країнами може бути обмеженість інституційних можливостей у державному та приватному секторі. Гнучкий валютний курс вимагає витонченішої монетарної політики та знань у приватних агентів щодо хеджування від валютних ризиків [336, с. 21]. Приклад країн Центральної та Південної Америки на початку 1990-х рр. теж показує, що в малих країнах валютний курс стабільніший. Реальний валютний курс також більш передбачуваний, зважаючи на більш обережну макроекономічну і валютну політику [499, с. 13, 25–26].

Проте Ф. Мартен знаходить нелінійну залежність між фактичною волатильністю валютного курсу і величиною економіки. Велика країна (за ВВП) має менше стимулів стабілізувати економіку за допомогою монетарної політики, оскільки її ВВП менше залежить від валютного курсу. Зважаючи на це великі країни повинні мати стійкіші валютні курси. Інша можлива причина – у великих країнах, валюта яких резервна, коливання курсу мають бути невеликими. З іншого боку, у дуже малих країнах волатильність валютного курсу є важливішим фактором волатильності ВВП ніж внутрішні шоки. З огляду на це дуже малі країни намагатимуться теж стабілізувати валютний курс. За таких умов залежність волатильності валютного курсу від величини країни матиме форму випуклої параболи (найбільша волатильність в економік середнього розміру). Цей теоретичний результат підтверджений емпіричними розрахунками на основі даних щодо країн ОЕСР у 1980–1995 рр. [458].

О. Галушка стверджує, що в малій економіці девальвація є ефективною лише в поєднанні з інструментами бюджетної та монетарної політики. Девальвація у великих країнах небажана, оскільки створює загрозу для валютної стабільності на глобальному рівні, при цьому великі країни (користуючись статусом резервної валюти) можуть дозволити собі зберігати дефіцит поточного рахунку [43].

Величина країни визначає, наскільки потрібно скоригувати валютний курс, щоб досягти рівноваги торговельного балансу. В. Галстіан шляхом теоретичного моделювання показує, що існує прямий зв'язок між чутливістю відносних цін (на торгіві і

неторгові товари) до зовнішніх дисбалансів та розміром країни. Внаслідок цього (наприклад, за еластичності заміщення 0,5 % між торговими і неторговими товарами і 2,5 % між внутрішніми товарами і закордонними) у країні з 1 % населення світу зменшення дефіциту торговельного балансу на 1 % від ВВП вимагає знецінення реального ефективного валютного курсу на 3,6 %. А у країні із 35 % населення – на 6,1 %. У різних специфікаціях емпіричних моделей ці результати можуть варіюватися, але напрям зв'язку залишається тим самим [391, с. 10]. Інша річ, що динаміка реального і номінального курсів можуть не так сильно корелювати. Припускаємо, що девальвація у відкритішій малій економіці призводитиме також і до подорожчання внутрішніх цін внаслідок високої ролі імпорту. Зважаючи на це, на нашу думку, малим країнам складніше досягти реальної девальвації за того самого рівня номінальної девальвації.

Екстраполюючи ці закономірності для середньої економіки України, ми можемо зазначити, що цілком прийнятним варіантом режиму валютного курсу буде обмежено гнучкий / керовано плаваючий валютний курс, ураховуючи середній розмір економіки, високу торговельну відкритість, та відсутність домінуючого торговельного партнера. Як для середньої економіки в Україні волатильність курсу гривні очікувано є високою: економіка України вже достатньо відкрита, щоб можливо було стимулювати економіку завдяки девальвації, але недостатньо відкрита, щоб девальвація була малопродуктивною в умовах, коли експортери переважно є одночасно імпортерами. Щоб збалансувати торговельний баланс в Україні, достатньо відносно невеликої реальної девальвації гривні, але в умовах швидкої реакції внутрішніх цін, може знадобитися помітна номінальна девальвація.

Управління валютними резервами. Оптимальний і фактичний рівень забезпеченості валютними резервами не може бути однаковим для всіх країн. Одним із факторів цього є величина економіки [266].

О. Галушка як один із критеріїв визначення великої економіки використовує статус їх національної валюти як резервної [43]. Ф. Мартен зазначає, що є висока кореляція між величиною країни та статусом її валюти як резервної [458]. А. Субраманьян доводить, що існує статистичний зв'язок між часткою у світово-

му ВВП та статусом резервної валюти країни, але ще більше впливає на цей статус частка країни у світовій торгівлі. Якщо частка країни у світовій торгівлі зростає із 10 до 15 %, то частка її валюти у валютних резервах збільшується із 20 до 37 %. Якщо так само зростає частка у світовому ВВП, то частка валюти зростає лише із 20 до 30 % [537, с. 61]. Користуючись статусом резервної валюти, економіки-гіганти, такі як США та ЄС, можуть дозволити собі не зберігати великі резерви, принаймні тривалий час. Їх може не вистачати лише в ситуації кризи світової фінансової системи.

З іншого боку, дослідження країн Центральної та Південної Америки на початку 1990-х рр. засвідчило, що малі країни менш забезпечені валютними резервами щодо імпорту, що робить їх вразливішими до зовнішніх шоків [499, с. 25–26]. Ураховуючи більшу схильність малих країн до зовнішньої заборгованості, теоретично ми припускаємо, що й валютні резерви щодо зовнішнього боргу в малих країн будуть меншими.

Якщо розглянути дані Світового банку у 2011 р., то дійсно малі країни, що розвиваються, мали значно менші валютні резерви щодо імпорту (6,3 місяця), ніж усі країни, що розвиваються (16,5), та світ загалом (13,2 місяця). У 2014 р. малі країни мали валютні резерви щодо зовнішнього боргу в розмірі 54 %, а країни, що розвиваються – 119 %. Однак подібні закономірності спостерігалися лише, починаючи із 2003–2004 рр. До того малі країни, навпаки, були краще забезпечені валютними резервами [574].

Ураховуючи більшу торговельну відкритість малих економік, ситуація з показником валютних резервів щодо ВВП має бути не настільки відмінною від великих економік. Проте все ж валютні резерви щодо імпорту та зовнішнього боргу є важливішим показником достатності резервів, оскільки саме імпорт і виплати за зовнішнім боргом є основними каналами відпливу валюти. У випадку іншого важливого каналу – втечі національного капіталу – її обсяги важче спрогнозувати, базуючись на показниках спокійних періодів. Зважаючи на це показник валютних резервів щодо експорту капіталу малоінформативний.

Однак у глобальному масштабі пряма залежність розміру забезпеченості валютними резервами від величини економіки, на

нашу думку, є страхуючим механізмом від поширення валютних криз (зараження) у світі (див. рис. 6.1).

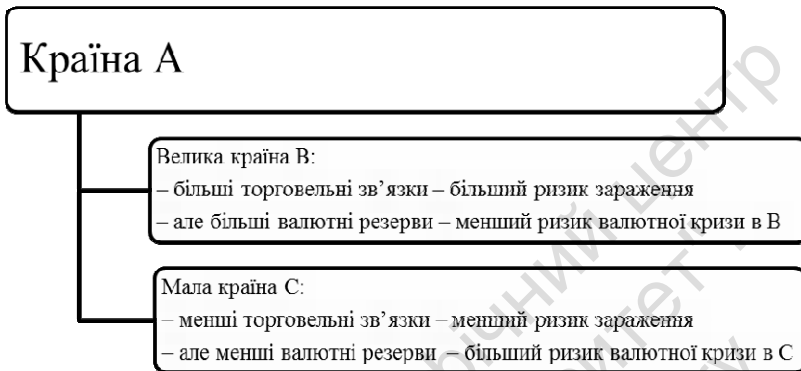


Рис. 4.1. Асиметрія забезпеченості валютними резервами малих і великих економік як страхуючий механізм від поширення валютних криз

Джерело: складено автором.

Припустимо, економіка країни А менша за економіку країни В, але більша за економіку країни С. Імовірно, країна А матиме тісніші торговельно-інвестиційні зв'язки з В, ніж С, тому для А гіршою буде ситуація, якщо у В відбувається девальвація, ніж якщо у С відбувається девальвація. У першому випадку негативний ефект для платіжного балансу А буде сильніший і, відповідно, це створюватиме більший ризик того, що і в А відбудеться валютна криза. Та оскільки більша економіка В краще забезпечена валютними резервами, то ймовірність того, що вона допустить девальвацію менша, ніж того, що девальвацію допустить менш впливова країна С.

Україна не має можливості користування перевагами резервної валюти. Євроізація шляхом приєднання до єврозони – це тільки гіпотетичний варіант на майбутнє, тому існує необхідність зберігати суттєву кількість валютних резервів. В умовах традиційно відкритої економіки Україна має дотримуватися необхідного відношення валютних резервів до імпорту. Зменшення економіки в умовах кризи супроводжувалося скорочен-

ням й імпорту, тому скорочення валютних резервів у цій ситуації не було таким критичним. Однак зростання зовнішньої заборгованості, навпаки, ускладнило ситуацію. У 2014 р. відношення валютних резервів в Україні до імпорту становило 1,2 місяця, а щодо зовнішнього боргу 5,8 %. Навіть на своєму піку валютні резерви були меншими ніж у малих країнах (5,4 місяця у 2010 і 57,5 % у 2005, відповідно) [574]. Це підтверджує тезу Є. Медведкіної та В. Золотько, що скорочення офіційних резервів на тлі зростання боргового тягаря в Україні було одним з основних ризиків фінансової безпеки України [122].

Міграційна політика. У сфері регулювання міграції М. Фуджита та Ш. Вебер у теоретичних розрахунках приходять до висновку, що менша країна буде мати більшу імміграційну квоту (для свого населення), ніж велика [387, с. 10–11]. С. Анклесарія Айар зауважує, що в розвинених країнах більшою мірою дозволяють імміграцію з малих країн, зокрема внаслідок преференційних міграційних угод. Більша квота на міграцію з малих держав не створює проблеми з асиміляцією так, як менша частка з великих країн, наприклад Індії [303].

М. Бейне, Ф. Докьєр і М. Шифф пропонують розв'язувати проблему втечі мізків із малих країн за рахунок укладання угод про співпрацю із приймаючими країнами, зокрема вносячи питання повернення або періодичної міграції [319, с. 13]. Інший аспект регулювання – адаптація системи освіти. Фінляндія є прикладом стратегії малої країни для подолання цієї проблеми, має свою спеціалізацію і є однією з найбільш експортоорієнтованих країн у світі у сфері телекомунікацій [567, с. 6]. Кірібаті спеціалізується на підготовці громадян для догляду за людьми та судноплавства – професій, що мають попит за кордоном [361].

З погляду регулювання, в інших країн є менші стимули для лібералізації трудової імміграції з України, зважаючи на відносно велику чисельність населення. Частково це, можливо, пояснює тривалий процес візової лібералізації в ЄС для України. В Україні способом розв'язання проблеми надмірної еміграції може бути диверсифікований економічний розвиток (що ускладнене в менших економіках), формування платоспроможного попиту на працю, зокрема і в бюджетному секторі.

Висновки щодо ефектів величини економіки для валютної та міграційної політики систематизовані нами в табл. 4.16.

**Таблиця 4.16. Валютна й міграційна політика
у великих і малих економіках**

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Найпоширеніший режим валютного курсу	Плаваючий із таргетуванням інфляції	Фіксований	
Волатильність валютного курсу	Мала	Мала	Найбільша в економіках середнього розміру
Реальна девальвація для виправлення дефіциту торговельного балансу	Вища	Нижча	Але це, імовірно, не стосується номінальної девальвації
Статус національної валюти як резервної	Є в найбільших економік	Немає в малих і середніх економік	Залежність ближча до експоненціальної
Потреба у великих валютних резервах	Мала	Висока	
Достатність валютних резервів щодо імпорту і зовнішнього боргу	Більша	Менша	До 2003 р. закономірність була оберненою
Міграційна квота	Нижча	Вища	
Розв'язання проблеми еміграції висококваліфікованих фахівців	Малоактуальне, диверсифікований економічний розвиток	Повернення мігрантів, періодична міграція, адаптація системи освіти	

Джерело: складено автором за результатами метадослідження та [574].

Висновки

Таким чином, малим економікам складно здійснювати ефективну політику імпортозаміщення. Рівень оптимального митного тарифу в них нижчий за його рівень у великих країнах. Занадто високий імпорتنний тариф призводить до послаблення конкуренції всередині країни, а малий розмір економіки не до-

зволяє користуватися перевагами поліпшення умов торгівлі ні при імпортному, ні при експортному тарифі. Зважаючи на це торговельна лібералізація, навіть одностороння, зазвичай є кращою стратегією для малих країн. Проте зниження торговельних бар'єрів може втратити привабливість, якщо іноземні постачальники володіють монопольною силою.

Щодо нетарифного регулювання, акцизні ставки у великих економіках чутливіші до аналогічних ставок за кордоном. Проте ця закономірність досліджена лише на прикладі ЄС і є контрінтуїтивною, а отже потребує подальшої перевірки. Ефект від поліпшення логістики в малих країн, імовірно, слабший. На практиці малі країни проводять не настільки ускладнену зовнішньоторговельну політику, як великі. Малі економіки не вдаються так часто до нерегулярних заходів, таких як субсидії чи заходи у відповідь, і забезпечують спрощене оформлення експортних та імпорتنих вантажів.

Незважаючи на приблизно схожі ставки митного тарифу, державний бюджет у малих країнах більше залежить від оподаткування зовнішньої торгівлі. Однак це обумовлено не тільки ширшою базою оподаткування внаслідок більшої торговельної відкритості, а й тим, що фактично в умовах гіршого торговельного балансу відносно більша частка державних послуг надається нерезидентам. А отже, виконується принцип: сплачує той, хто одержує послуги.

Україна як економіка середнього розміру має враховувати ці закономірності у своїй зовнішньоекономічній стратегії. Країна лише частково може собі дозволити політику імпортозаміщення. Рівень оптимального тарифу в переважній більшості випадків досить низький, що обумовлює переваги від тарифної лібералізації, навіть односторонньої. Проте варто зберігати тарифний захист проти закордонних експортерів, що володіють монопольною силою. Щодо поодиноких товарів можливе експортне мито з міркувань переваг поліпшення умов торгівлі. Спрощення адміністративних бар'єрів на шляху міжнародної торгівлі звичайно корисне, але помітна їх кількість в Україні не є чимось винятковим для економік середнього розміру.

Зменшення ролі доходів бюджету від податків (у т. ч. мита) на міжнародну торгівлю в Україні має економічне підґрунтя в

умовах вирівнювання торговельного балансу. Однак тимчасове підвищення мит у разі виникнення суттєвого дефіциту торговельного балансу буде цілком справедливим. Збереження тарифів, якщо немає режиму вільної торгівлі, проти країн, з якими зберігається дефіцит торговельного балансу, також є обґрунтованим.

Малі країни традиційно штучно намагаються компенсувати нестачу природної інвестиційної привабливості внаслідок ефекту масштабу за рахунок податкового арбітражу, регуляторного арбітражу або якості державних послуг. За багатьма критеріями ця закономірність продовжує підтверджуватися. Однак у сучасних умовах податковий і регуляторний арбітраж поширений менше внаслідок реформ у великих економіках.

У середньому практично зникає податковий арбітраж у малих країнах, але останні більш привабливі для інвестування з погляду нижчого рівня оподаткування праці та меншого корупційного "податку". Податок на прибуток в середньому виявляється помірно вищим саме в малих економіках.

Переваги малих країн завдяки регуляторному арбітражу зникають у сфері регулювання бізнесу загалом і започаткування бізнесу; зменшуються у сфері складності податкових систем, а також прав кредиторів і боржників. Залишаються у більш вигіршаному стані малі країни за критеріями швидкості підключення до електромереж, отримання операційної ліцензії, легкості державних регуляторних вимог, розв'язання проблеми неплатоспроможності компаній, захисту прав власності та правового регулювання, прозорості, підзвітності та корупції в державному секторі. У таких країнах також банки де-факто мають ліберальніші показники достатності капіталу. Навпаки, великі економіки займають кращі позиції за критеріями тривалості реєстрації власності та тривалості процедур для започаткування бізнесу.

Як економіки середнього розміру Україна й Азербайджан у сфері регулювання бізнесу комбінують ознаки малих і великих економік. Природно, що Україна з більшим ВВП частіше демонструє схожість із великими економіками. За багатьма критеріями останнім часом в обох країнах відбувалося відчутне поліпшення регуляторної складової інвестиційного клімату.

У сфері податкового регулювання Азербайджан й особливо Україна більш схожі на великі економіки. Винятком є відносно

просте податкове регулювання в Азербайджані, як у малих країнах. У сфері регулювання заснування бізнесу та реєстрації власності, ситуація в Азербайджані й Україні відносно краща, як у великих економіках.

Як і в малих країнах, час на отримання операційної ліцензії відносно невеликий і в Україні, і в Азербайджані. Те саме стосується Азербайджану у сфері під'єднання до електромереж, легкості відповідності компаній державним регуляторним вимогам (для менеджменту), дозволу неплатоспроможності. А Україна, як і великі країни, відстає за цими критеріями. У сфері юридичних прав кредиторів і боржників Україна, навпаки, більш схожа на малі країни, а Азербайджан – на великі. Також до рівня великих економік наближався Азербайджан у сфері прозорості, підзвітності та корупції в державному секторі, але при цьому корупційний "податок" був дещо менший середнього рівня – ближче до показників малих країн.

Нечисленними проблемними моментами в Азербайджані, з огляду на рейтинги, були забезпечення прав кредиторів і боржників, прозорість, підзвітність і корупція в державному секторі. Проте за переважною більшістю ознак Азербайджан має відчутно кращі показники якості регулювання. З іншого боку, це необхідна умова інвестиційної привабливості, оскільки її частково балансують недоліки ефекту масштабу в умовах відносно меншої економіки (крім випадку галузей із географічною прив'язкою, таких як видобуток енергоносіїв).

Відносно більша економіка України не може ефективно використовувати податковий і регуляторний арбітраж. Для залучення капіталу з великих країн лише невеликого зменшення податків недостатньо – це не компенсує ефект вужчого внутрішнього ринку. Крім того, традиційно основною проблемою були неофіційні "податки". Якщо не боротися з корупцією, механічне зменшення податків може призвести до збільшення корупційної ренти. Зважаючи на це сумарно формальне і неформальне "податкове" навантаження може і не змінитися в умовах формального зниження податкових ставок. Радикальне зниження податкових ставок також ускладнене через накопичення державного боргу і ризику політичної нестабільності в разі різкого зниження соціальних виплат.

Лібералізація ставлення до походження грошей ускладнена прийнятими міжнародними зобов'язаннями, малим ефектом на душу населення (з огляду на досить велику чисельність населення), і необхідністю боротьби з тінізацією економіки як однієї із ключових проблем України. Водночас, традиційно державні блага не були якісними і вимагають продовження реформування, але це практично єдиний ефективний шлях для стимулювання інвестицій у країну. Конкурувати за капітал із малими країнами Україні теж нелегко, ураховуючи, що деякі з них користуються перевагами податкового або регуляторного арбітражу. Однак виняток становлять, наприклад, сфера виробництва товарів широкого споживання, де ефект внутрішнього ринку вже може це компенсувати, або галузі з географічною прив'язкою, такі як транзитний транспорт.

Малі економіки тяжіють до фіксованих валютних курсів, а найбільша волатильність курсу досягається в середніх економіках. При цьому, чим більша економіка, тим більшою має бути реальна ревальвація для досягнення рівноваги торговельного балансу. Україні бажано мати обмежено гнучкий валютний курс, але висока волатильність курсу є цілком закономірною як для середньої економіки. У разі дефіциту торговельного балансу Україні достатньо невеликої реальної ревальвації гривні, але суттєвої номінальної.

Практично лише найбільші економіки, особливо достатньо відкриті, можуть користуватися перевагами національної валюти як резервної. Менші економіки мають більші потреби у валютних резервах, але на практиці часто досягають меншого рівня забезпеченості валютними резервами щодо імпорту та зовнішнього боргу. Відкрита економіка України навіть традиційно відчувала недостатню забезпеченість валютними резервами на однаковому рівні з малими країнами. А економічна криза 2014 р. ще більше посилила ефект, характерний для малих економік: більші потреби у валютних резервах, але менші фактичні їх розміри.

Малі країни можуть розраховувати на більшу міграційну квоту у приймаючих країнах. Із цього погляду емігрантам з України було би важче користуватися преференціями. А в національних інтересах України збереження кваліфікованих працівників за рахунок диверсифікованого економічного розвитку та конкурентних зарплат у бюджетній сфері.

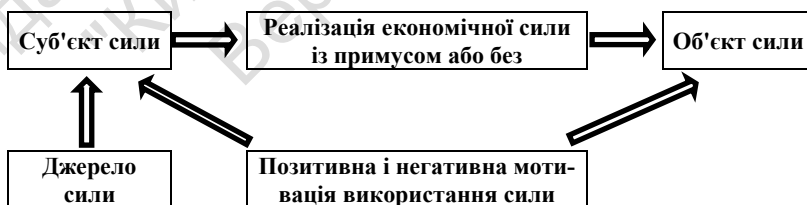
Розділ 5

ПРАКТИКА ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ТИСКУ У ВІДНОСИНАХ МІЖ КРАЇНАМИ

5.1. Механізм використання економічної сили

Поряд із рівнем впливовості економічну силу розглядають і як дію. Реалізація економічної сили передбачає використання економічного впливу суб'єкта економічної сили на об'єкт. Механізм використання економічної сили охоплює також її джерела, мотивацію та засоби впливу [261].

На теоретичному рівні аналізом відносин між суб'єктом й об'єктом економічної сили займалися такі дослідники: В. Антикуз, Т. Артемова, А. Берле, А. Верещак, Т. Виголко, Ю. Гайдай, Д. Горобченко, В. Дементьев, Д. Дедов, І. Жаровська, А. Іжболдін-Кронберг, М. Капітоненко, А. Лібман, А. Мовсеян, О. Моїсєєнко, С. Пахомов, А. Пилипенко, А. Поручник, Н. Резнікова, С. Стрейндж, Т. Ухалова. Найповніше структуру відносин економічної сили досліджено в межах концепції економічної влади. Узагальнено її подано на рис. 5.1. Проте дослідники зазначеної концепції абстрагуються від особливостей міжнародного економічного середовища і реалізації економічної сили на рівні багатьох країн.



**Рис. 5.1. Взаємодія суб'єкта й об'єкта
у процесі реалізації економічної сили**

Джерело: складено автором.

У цій главі ми маємо на меті охарактеризувати відносини між суб'єктом й об'єктом у процесі реалізації економічної сили між країнами.

Суб'єкт й об'єкт економічної сили. Для початку наведемо кілька визначень економічної влади. Влада загалом передбачає здатність суб'єкта влади примусити об'єкта влади до нееквівалентних витрат для максимізації корисності влади суб'єкта [163] (фактично йдеться про використання сили як економічний тиск). А. Берле характеризує економічну владу як здатність ухвалювати рішення про початок або відмову від діяльності та встановлювати умови та ціни угод щодо виробництва, купівлі-продажу товарів і послуг, найму на роботу [320].

А. Мовсеян й А. Лібман розглядають економічну владу як відносини між економічними інституціями, соціальними групами й індивідами у сфері економічної діяльності, за яких суб'єкт влади генерує власний простір, а об'єкти влади змушені слідувати інтересам волі суб'єкта влади, поступаючись певною мірою власними інтересами та цілями [128].

Т. Артемова визначає економічну владу як відносини підпорядкування – панування економічних суб'єктів, обумовлені просторово-локалізованим правом володіння економічними ресурсами та пов'язані з відчуженням вільного часу людини або суспільства для накопичення багатства або економії за допомогою товарно-грошових операцій [13].

А. Пилипенко майже ототожнює відносини підпорядкування і влади, в основі чого лежить дія агента в межах чужих інтересів [155]. Т. Виголко розглядає економічну владу подвійно. З одного боку, це влада суб'єкта господарства у сфері економіки, з іншого – влада, що досягається економічними засобами [38]. О. Моїсеєнко зазначає, що внаслідок нерівності всі економічні одиниці розподіляються на домінуючі та підлеглі. При цьому залежні одиниці мають ураховувати прямий або непрямий прирус домінуючої одиниці [131].

Т. Ухалова зауважує, що відносини економічної влади виникають, коли в однієї сторони угоди (об'єкта) на відміну від іншої (суб'єкта) обмежені або відсутні альтернативи вибору чи обмежена інформація про результати вибору. Владні відносини ви-

являються у відносинах власності, обміну, найму, управління виробництвом, агентських відносинах, державному економічному регулюванні. Відносини економічної влади містять елемент підпорядкування [213].

І. Жаровська стверджує, що економічна влада базується на володінні та розподілі ресурсів, пов'язана із власністю й управлінням. Вона виявляється як вплив на людей та організації з боку власників і розпорядників матеріальних, трудових, інформаційних та фінансових ресурсів шляхом надання зазначених ресурсів в обмін на виконання власної волі, бажань або доручень і має на меті примноження власності за рахунок створення ефективної управлінської системи для економічного капіталу [73].

Існує також інший інституційно-правовий погляд на економічну владу. Наприклад, її визначають як здатність народу країни до формування в межах єдиного конституційного простору таких елементів:

- економічні основи конституційного ладу та гарантії їх реалізації;
- економічні права та свободи людини і громадянина;
- участь держави в регулюванні економічного простору [36].

Як бачимо, економічну владу розглядають на субнаціональному рівні, або абстрагуючись від рівня економічних суб'єктів. Проектуючи силові відносини на міжнародний економічний рівень, ми можемо зауважити, що економічна сила країни передбачає м'який або жорсткий вплив однієї країни на іншу економічними засобами в інтересах першої країни зазвичай проти волі іншої країни. Першу країну при цьому розглядають як суб'єкт економічної влади, а іншу – як об'єкт.

Об'єкт влади може бути таким внаслідок або відсутності засобів до існування, або наявності власності, яку він ризикує втратити [61, с. 88]. У будь-якому випадку він має менше ресурсів для спротиву застосування економічної сили. Однак у парі суб'єкт – об'єкт влада може бути не тільки сконцентрована в одних руках. Часто відбувається баланс влади суб'єктів відносно один до одного. Це залежить від співвідношення їх владних потенціалів [61, с. 104–106]. Із цим пов'язане поняття інтеркурсивної влади як відносин двостороннього примусу, взаємодії

сторін, де кожна одночасно є і суб'єктом й об'єктом влади [155]. Дійсно, залежно від конкретних кон'юнктурних умов і конфігурації угруповань у міжнародних відносинах у різних епізодах застосування економічної сили одна й та сама країна може бути одночасно суб'єктом й об'єктом.

Проблема наявності примусу. В. Дементьев, розглядаючи поняття економічної влади, виокремлює такі ознаки влади:

- вплив, детермінація поведінки іншого, примус;
- спрямованість впливу завдяки цілям, інтересам, волі, вигодам;
- дія проти волі об'єкту застосування влади [61, с. 23].

З іншого боку, він усе ж зазначає, що обмеження свободи для об'єкта може мати для об'єкта влади:

- явний характер, коли відбувається примус до дій;
- прихований характер – зміна величини витрат від вибору альтернативних варіантів без явних наказів, що може створювати ілюзію відсутності влади [61, с. 90–91].

М. Капітоненко зазначає, що бажання об'єктом сили тих самих результатів як і суб'єкта ставить під сумнів наявність факту застосування сили. Без знання цілей і справжніх інтересів, а лише вимірюючи ресурси та спостерігаючи за поведінкою міжнародних акторів, неможливо відчуті їх силу [82].

Проте, на нашу думку, умова дії економічної сили проти волі об'єкта є дискусійною. Хоча традиційно реалізація сили пов'язується з поняттям волі до її застосування, використання привілей, трансферт витрат чи ризиків може відбуватися і без усвідомленого наміру цього зробити [535, с. 26].

На рівні країни-об'єкта може бути різне ставлення до такого впливу серед державних службовців, населення, бізнес-кіл або інших груп. До того ж фізичні особи країни-об'єкта, уведений в оману засобами інформаційного впливу або внаслідок нестачі ефективної інформації, можуть свідомо діяти проти власних інтересів, розцінюючи свої дії як правильні. Нарешті, іноді застосування економічної сили може врешті-решт бути й в інтересах країни-об'єкта. У такому випадку країна – суб'єкт сили може діяти в умовно альтруїстичних цілях, поступатися малим для досягнення важливіших і ширших для неї цілей у глобальному

масштабі, займатися кооперацією на вигідних для неї умовах, або так само намагатися досягнути для себе хибних цілей. Це вже не кажучи про те, що короткотермінові та довготермінові цілі для країни можуть не збігатися.

Окрім відносин економічної влади, В. Дементьев також виокремлює схожі, але інші відносини:

- обмін між рівними суб'єктами на вільному ринку;
- кооперація робітників;
- випадкова незапланована взаємодія, яку не можна передбачити заздалегідь при плануванні максимізації корисності;
- ненавмисний вплив;
- взаємодія, за якої один з агентів несе витрати, але інший агент не є причиною витрат, тобто не є джерелом примусу [61, с. 41–42].

Розглядаючи проблему економічної сили на міжнародному рівні, загалом ми погоджуємося з таким виокремленням, але із застереженнями, що силові відносини можуть бути присутніми навіть у цих випадках.

1. Вільний ринок і рівність суб'єктів – це радше виняток ніж правило. Навіть якщо фірми різних країн за власними параметрами є ідентичними, усе ж вони розташовані в різних країнах, які мають різні можливості щодо захисту інтересів своїх фірм у випадку необхідності.

2. Кооперація для її учасників може нести вигоди у формі економії транзакційних витрат, економії на масштабі, гарантії для активів, зменшення політичних ризиків, страхування від торговельних війн, зменшення нестабільності ділових циклів, посилення конкурентного середовища, менших витрат на суспільні блага, впливу на національні реформи [168, с. 307–308]. Проте кооперація між країнами передбачає виокремлення ресурсів на цей вид взаємодії, а пропорції витрат не обов'язково можуть відповідати пропорціям можливостей та інтересів країн-учасниць. Наприклад, країни ЄС у сукупності мають непропорційно більше голосів у МВФ, ніж багато інших країн. З іншого боку, у подібних випадках іноді спостерігається ефект сили слабшого, коли менші країни представлені непропорційно більшою мірою або їм надають пільгове фінансування. Загалом тут ми

погоджуємося з тезою про те, що система влади визначає структуру розподілу доходів і витрат між агентами, коли пропорція доходів і внеску агентів відхиляються одна від одної [155].

3. Виняткова незапланована взаємодія може мати неоднакові наслідки для країн із різною економічною силою. Наприклад, економічно сильніші країни мають більше ресурсів, щоб упоратися з наслідками стихійних лих.

4. Ненавмисний вплив є чи не найдискусійнішим пунктом у цьому переліку. Наприклад, економічна криза у великій країні може сильно позначитися на малій економіці, особливо з недиверсифікованою економікою, а така сама за глибиною криза у малій економіці мало позначиться на великій країні (остання, найімовірніше, і не опиниться в рецесії). Хоча навмисного примусу не відбувається, вочевидь відбуватиметься перерозподіл ресурсів або відносних можливостей на користь економічно сильнішої країни. Інший приклад, суб'єкти слабшої країни можуть бути самі готовими укласти угоди на менш вигідних умовах із суб'єктами сильнішої країни, наприклад, із міркувань нестачі ліквідності. У такому випадку реалізація економічної сили з боку сильної країни виявляється ненавмисною, але наслідки є схожими до таких, якби економічну силу використовували навмисно.

Із цих міркувань ми також розглядаємо поняття економічної сили у ширшому розумінні, ніж економічна влада.

Джерело економічної сили. Цей аспект розглядають із різних боків. Основою формування відносин влади, як зазначає Т. Виголко, є:

- асиметричний розподіл ресурсів між економічними агентами;
- використання ресурсів суб'єктом влади для створення витрат для інших акторів;
- безальтернативність вибору для об'єкта влади;
- наявність в об'єкта ресурсів, корисних для суб'єкта влади [38].

Д. Дедов розглядає такі явища як права власності, ринкові залежності (у межах технологічного чи логістичного ланцюга), спільні інтереси й авторитет [60]. А. Іжболдін-Кронберг умовно покладає в основу потенційної влади залежність, авторитет, примус і вплив, а в основу реалізованої влади – контроль і па-

нування, а також виокремлює три джерела влади в сучасній економіці: власність, інформація та організація [76]. Як стверджує В. Дементьєв, влада реалізується, зокрема, завдяки обміну ресурсами на заданих умовах або управлінню діями об'єкта (зокрема контроль мотивації об'єкта, його поведінки, використання ресурсів) [61, с. 80–82]. С. Пахомов фактично розглядає як джерело сили вищу продуктивність. Слабші країни із нижчою продуктивністю для виживання змушені компенсувати це низькими зарплатами [152].

Позитивна мотивація для реалізації економічної сили. Як зауважує А. Лібман, влада дозволяє її суб'єкту одержувати додаткові блага не суто завдяки процесу обміну, а внаслідок споживання самого блага "влада", але при цьому відмови від влади в обмін на додаткові блага не відбувається [105]. Інакше кажучи, у процесі свого споживання економічна влада або сила, зазвичай, не вичерпуються, а можуть і збільшуватися. А. Поручник і Ю. Гайдай стверджують, що рушійною силою примусу є бажання одержати більші конкурентні переваги [162].

В. Дементьєв доводить, що наявність влади призводить до таких наслідків:

- зміна співвідношення витрат і вигоди від альтернативних способів поведінки;
- перерозподіл ресурсів;
- зміна цілей;
- зміна структури виробництва благ [61, с. 39].

Знову проєктуючи це на міжнародний економічний рівень, ми можемо навести приклади. Це можуть бути підвищені витрати на закупівлю енергоносіїв, необхідність знижувати експортні ціни для витримування конкуренції в умовах існування високого імпортного тарифу в центрі економічної сили, передача прав власності на підприємства за нижчою вартістю після падіння курсу національної валюти, втеча капіталу або кваліфікованої робочої сили, зміна вектора спрямувань до економічної інтеграції, зменшення частки високотехнологічних галузей на користь виробництва товарів із низьким ступенем обробки.

Наслідки використання економічної сили є мотиваційним чинником для суб'єкта сили. Як зауважує В. Дементьєв, для то-

го, щоб потенційна влада, присутня внаслідок наявності ресурсів влади, перетворилася на реальну владу потрібно, щоб суб'єкт влади мав мотивацію її використовувати. При цьому позитивні ефекти влади передбачають:

- розподільчий ефект (відчуження ресурсів від об'єкта влади);
- виробничий ефект (використання ресурсів об'єкта влади);
- захисний ефект (обмеження дій зовнішніх агентів, щодо яких суб'єкт влади може стати об'єктом влади);
- антиентропійний ефект (зменшення ступеня непередбаченості дії інших агентів) [61, с. 62–63].

Також слід зазначити, що реалізація влади відбувається, якщо цей позитивний ефект більший за витрати на таку реалізацію. Різницю між ними називають рентою влади [61, с. 64].

В. Дементьєв виокремлює три види ренти:

- перший вид – пряма рента (внаслідок заміщення витрат суб'єкта влади витратами об'єкта влади) може виявлятися у формі монопольного прибутку, додаткової вартості;
- другий вид – виникає внаслідок зниження сукупних витрат суб'єкта й об'єкта влади завдяки об'єднанню ресурсів, зменшенню невизначеності та транзакційних витрат;
- третій вид ренти влади виникає завдяки недопущенню використання ресурсів об'єкта влади способом, несприятливим для суб'єкта влади [61, с. 68–71].

Як ми бачимо, другий випадок фактично відображає відносини кооперації, які ми також можемо вважати відносинами економічної сили за умов непропорційних витрат та віддачі для суб'єкта й об'єкта сили.

Також, оскільки владу іноді можна розглядати як самоціль [61, с. 75], то можемо говорити про ще один вид ренти, але не в абсолютному, а відносному вигляді, коли йдеться про набуття суб'єктом більшої економічної сили як здатності/потенціалу, якщо тільки об'єкт влади або треті сторони не встигають виробити або одержати більше ресурсів, ніж отримує суб'єкт сили внаслідок реалізації своєї сили. В іншому випадку суб'єкт економічної сили може накопичувати ресурси, але втрачати свою відносну економічну силу, хоча не так сильно як за умов відсутності реалізації економічної сили щодо даного об'єкта.

Загалом В. Дементьев виокремлює такі функції влади:

- заборонна – унеможливлення певних варіантів поведінки об'єкта влади;
- спрямовуюча – націлення на дії згідно з диспозицією влади;
- дозвільна – визначає діапазон можливих дій;
- захисна – захист об'єкта влади від дій третіх осіб;
- об'єднувальна – об'єднує ресурси свої та об'єктів влади для досягнення певної мети;
- координуюча – координує дію кількох об'єктів влади.

Останні три функції також створюють ренту влади для об'єкта влади [61, с. 95–96], тобто йдеться про елементи кооперації.

Негативна мотивація. З іншого боку, суб'єкт сили може нести витрати на підтримку та використання своєї сили. Такі витрати, якщо вони надмірні, можуть вимивати ресурси зі звичайних процесів економічного відтворення, модернізації економіки, що може призводити до втрат для суспільства [38] і послабляти самого суб'єкта економічної сили в довготерміновій перспективі.

Витрати на реалізацію економічної сили для суб'єкта містять кілька складових, серед яких:

- витрати на розробку диспозиції влади¹;
- витрати на погодження (якщо диспозиція є неповною);
- витрати на використання санкцій: позитивних чи негативних – перші в разі відсутності спротиву об'єкта сили, другі – за його наявності;
- витрати на вимірювання відповідності дій об'єкта диспозиції влади [61, с. 77–79];
- витрати на набуття ресурсів для досягнення достатнього рівня економічної сили як здатності (вони можуть бути

¹ Диспозиція влади передбачає ті межі поведінки, які суб'єкт влади визначає для об'єкта (права, обов'язки, заборони, ціна, обсяг, якість благ), порушення яких веде до виникнення витрат відмови для об'єкта сили – вона може нести адресний або безадресний характер, бути чіткою або неповною, додамо також, що вона може мати разовий або тривалий характер; на міжнародному рівні її зазвичай фіксують в угодах між країнами, досягнених внаслідок переговорів, у нормативних актах наднаціональних інституцій, або вона має неформальний характер [61].

розподілені між різними епізодами використання економічної сили за принципом, схожим з амортизацією основних засобів);

- можливі репутаційні втрати.

Однак позитивний ефект зменшують не тільки витрати. Для об'єкта влади інтерес становить не саме надання ресурсів суб'єкта, а переконання суб'єкта, що такі ресурси надані в достатній мірі згідно з диспозицією влади, щоб він погодився на обмін або відмовився від санкцій. Цей ефект опортуністичної поведінки знижує ефект від реалізації влади суб'єктом [61, с. 99].

Обмежує реалізацію економічної сили також довготерміновість інтересів суб'єкта сили. Для максимізації корисності реалізації економічної сили на тривалу перспективу суб'єкт сили змушений опікуватися об'єктом сили [9, с. 10], його виживанням і навіть розвитком.

Об'єкт застосування влади несе такі витрати:

- витрати підпорядкування у формі прямих втрат від передачі своїх ресурсів на користь суб'єкта підпорядкування;
- витрати підпорядкування у формі втраченої вигоди внаслідок відмови використання своїх ресурсів іншим шляхом;
- витрати відмови у випадку відмови від вимог суб'єкта сили [61, с. 28–29];
- перекладання негативних екстерналій від використання ресурсів на об'єкта сили, який може іноді визнаватися і винним у подібних наслідках [49, с. 16] (наприклад, тягар забруднення довкілля при видобутку корисних копалин, які вимушено продають за заниженими цінами суб'єкту сили);
- втрати від контролю або регулювання дій агентів іншої країни (країн), у їх взаємодії з даним об'єктом сили (непрямі втрати від тиску на інші об'єкти сили);
- відносна втрата потенціалу сили об'єктом.

Витрати підпорядкування можуть мати вигляд, наприклад, продажу товарів за нижчими цінами, відмови від розвитку виробництва товарів подвійного призначення, непропорційно більшого усунення торговельних бар'єрів за взаємної лібералізації зовнішньої торгівлі, обумовленості міжнародних кредитів тощо.

Витрати відмови суб'єкт влади має можливість створити шляхом ненадання своїх ресурсів об'єкту, у яких останній має зацікавленість, або вилучення додаткових ресурсів об'єкта чи обмеження можливостей їх використання [61, с. 28–29], тобто у вигляді негативних санкцій з боку суб'єкта сили. Ці витрати також називають витратами невідкорення [9, с. 5]. Витрати відмови можуть мати форму торговельних санкцій, відмови надання кредитів, безповоротної допомоги або торговельних преференцій з боку суб'єкта сили тощо.

Узагальнено позитивну і негативну мотивацію до використання економічної сили подано в табл. 5.1.

Таблиця 5.1. Позитивна і негативна мотивація для суб'єкта й об'єкта економічної сили

Позитивна мотивація для суб'єкта	Позитивна мотивація для суб'єкта й об'єкта	Негативна мотивація для суб'єкта	Негативна мотивація для об'єкта
- зменшення власних витрат - привласнення /використання ресурсів об'єкта сили - недопущення використання цих ресурсів у несприятливий спосіб - нарощення власного силового потенціалу	- об'єднання ресурсів завдяки кооперації - зменшення транзакційних витрат - обмеження впливу третіх сторін - зменшення ступеня непередбачуваності	- витрати на розробку правил поведінки для об'єкта - витрати на погодження - витрати на використання санкцій - витрати на оцінку дій об'єкта - попередні витрати на досягнення силового потенціалу - репутаційні витрати - втрати від опортуністичної поведінки - витрати на підтримку життєздатності та розвиток об'єкта	- витрати ресурсів на користь суб'єкта сили - втрачена вигода від відмови використання ресурсів оптимальним шляхом - втрати від санкцій - втрати від негативних екстерналій - непрямі втрати від тиску на інші об'єкти сили - зменшення силового потенціалу

Джерело: складено за [9, 38, 49, 61] та самостійно автором.

Висновки

Реалізація економічної сили має направлений характер від суб'єкта до об'єкта сили, що не унеможливорює взаємного, але асиметричного впливу. На абстрактному рівні цей вплив описаний у теорії економічної влади. Остання передбачає здатність суб'єкта влади примусити об'єкта влади до нееквівалентних витрат для максимізації корисності влади суб'єкта. На міжнародному рівні реалізація економічної сили передбачає цілеспрямований м'який або жорсткий вплив однієї країни (суб'єкта сили) на іншу (об'єкта сили) економічними засобами в інтересах першої країни зазвичай проти волі об'єкта сили.

Однак використання економічної сили може відбуватися і без явного примусу або ненавмисно, особливо враховуючи диференційованість інтересів субнаціональних акторів у країнах – суб'єкті й об'єкті сили, можливість недостатньої інформованості про наявність впливу, хибних уявлень про власні інтереси, незбігання довготермінових і короткотермінових цілей, синергетичного ефекту для обох сторін. Наслідки нерівномірного розподілу економічної сили між країнами можуть відчуватися у вигляді асиметрії переваг і втрат навіть в умовах відносин, які не належать традиційно до відносин економічної влади: обмін на вільному ринку, кооперація, випадкова незапланована взаємодія, ненавмисний вплив.

Джерелами економічної сили за різними підходами вважають:

- асиметричний розподіл ресурсів;
- створення витрат для об'єкту сили;
- безальтернативність вибору в об'єкта сили;
- наявність в об'єкта сили ресурсів, що цікавлять суб'єкта сили;
- права власності, інформація, організація, ринкові залежності, спільні інтереси, авторитет, обмін, управління, продуктивність.

Реалізації або утриманню від використання економічної сили сприяє наявність цілого комплексу чинників позитивної та негативної мотивації для суб'єкта й об'єкта сили. Особливістю ресурсу економічної сили є те, що у процесі її реалізації вона зазвичай нарощується, а не вичерпується. Позитивна мотивація для суб'єкта сили полягає у ренті влади/сили, заснованій на

привласненні чи використанні ресурсів об'єкта сили для зменшення власних витрат, недопущенні використання цих ресурсів у несприятливий спосіб, обмеженні впливу третіх сторін, зменшенні ступеня непередбачуваності, нарощенні власного силового потенціалу. Завдяки кооперації, обміну та синергетичному ефекту позитивний ефект може створюватися і для об'єкта сили, але меншою мірою.

Негативною мотивацією для суб'єкта сили є витрати на розробку правил поведінки для об'єкта, погодження, використання санкцій, оцінку дій об'єкта, попередні витрати на досягнення силового потенціалу (що амортизуються завдяки різним епізодам використання економічної сили), репутаційні втрати, втрати від неповного слідування об'єктом сили настановам суб'єкта (опортуністичної поведінки), витрати на підтримку життєздатності та розвиток об'єкта сили для досягнення довготермінових цілей. Негативна мотивація об'єкта сили може охоплювати витрати ресурсів на користь суб'єкта сили, втрачену вигоду від відмови використання ресурсів оптимальним шляхом, втрати від санкцій з боку суб'єкта сили (витрати відмови чи непідкорення), втрати від негативних екстерналій, непрямі втрати від тиску на інші об'єкти сили, зменшення силового потенціалу.

5.2. Сфери застосування економічної сили у відносинах між країнами

На міжнаціональному рівні економічна сила може використовуватися у процесі економічного суперництва, економічної експансії, економічної експлуатації, економічних санкцій, економічних війн і торговельних суперечок [264]. У цій главі ми маємо на меті охарактеризувати зазначені сфери.

Сфери реалізації економічної сили аналізували Н. Резнікова, С. Цибульський (економічна експансія), Е. Акерман, Л. Кібальник, М. Леденева, Н. Осокіна (економічна експлуатація), Дж. Барбер, Д. Болдуін, Т. Бюте, Д. Джуліус, М. Доксі, К. Еліот, О. Кузнецов, Д. Кунц, К. Латипов, Р. Мухаметов, Б. Оугг, Р. Пейп, Р. Савялов, Ю. Седляр, Д. Скачко, А. Фрідберг, Г. Хафбауер,

О. Шаров, А. Шнипко, Дж. Шотт, В. Шумілов (економічні санкції), Н. Абдуллаєв, О. Асєєва, У. Банді, В. Дементьєв, П. Дем'яненко, Е. Кочетов, М. Леденева, З. Луцишин Дж. Перкінс, Н. Резнікова, К. Савчук, О. Шаров, А. Шнипко (економічні війни), Ф. Ахмаді-Есфahanі, Т. Бернауер, Т. Гордєєва, Р. Кессіді, Л. Ньямтсєрен, Т. Сеттлер, Р. Стенмор, Дж. Уолтерс, І. Шапіро (торговельні суперечки). Проте зазвичай залишається поза увагою вчених характеристика зв'язку цих сфер саме з поняттям економічної сили. Окремі складові потребують додаткової систематизації.

Економічне суперництво. У найширшому сенсі економічна сила реалізується у процесі економічного суперництва. Це поняття фіксує наявність протилежних економічних інтересів у різних країн і є атрибутом стану відносин між кількома країнами, а не однієї країни. Воно може виявлятися в активній формі у випадку застосування жорстких засобів з боку держави або інших суб'єктів економічної сили у країні (наприклад, впливовими на рівні своєї країни фірмами та їх об'єднаннями) або у пасивній формі, не виходячи за межі стандартної конкуренції в умовах вільного ринку.

Економічна експансія. Вона є результатом реалізації економічної сили й економічного суперництва. Згідно з визначенням Н. Резнікової, економічна експансія – це "одна із форм зовнішньої політики держав, спрямована на розширення сфери економічного впливу шляхом захоплення нових ринків збуту, сфер впливу, джерел сировини". При цьому зазначається, що вона може здійснюватися і на рівні фірм для витіснення інших фірм, захоплення ринків збуту та ресурсної бази [169].

Фактично це той випадок, коли економічні цілі посилення рівня впливовості країни досягаються економічними й іншими засобами. Якщо економічний розвиток розглядають як ціль безвідносно до результатів інших країн, то у випадку економічної експансії йдеться про посилення економічних позицій порівняно із суб'єктами інших країн, навіть і в умовах загальносвітового економічного спаду. Економічна експансія характеризує результат реалізації економічної сили, але суто в економічній сфері, а не в політичній, військовій, культурній тощо. При цьому не обов'язково застосовують навмисні та явні засоби економічного тиску.

Н. Резнікова навіть протиставляє термін економічна агресія (вона здійснюється за допомогою санкцій, викликана переважно політичними причинами та застосовується часто до держав- "ізоїв") й економічна експансія (вона має прихований характер; здійснюється за допомогою вивезення капіталу, демпінгу, валютної політики; викликана переважно економічними причинами з метою одержання економічної вигоди та завоювання нових ринків [169]). Вона виокремлює такі складові економічної експансії:

- фінансова, що здійснюється за рахунок використання фінансових ресурсів: активно – шляхом захоплення фінансово-кредитної системи країни, знищуючи економічну незалежність країни; або пасивно – через тиск борговими зобов'язаннями, прив'язування економіки країни до донорства;
- трудова, що здійснюється за рахунок створення залежності економіки від використання робочої сили іншої країни: пасивно – через повільне наповнення ринку праці робітниками іншої країни лише для тимчасового заробітку, що може поліпшити стан економіки та соціального клімату країни проходження; або активно – через наповнення країни іноземцями, що переїжджають до неї на постійне місце проживання, що призводить до підпорядкування економіки та політики іншої країни інтересам країни походження;
- товарна, що здійснюється за рахунок заповнення внутрішніх ринків однієї країни товарами з іншої країни, особливо за відсутності альтернативних джерел постачання [169].
- на нашу думку, ініціювання створення інтеграційних блоків великими країнами може також бути видом їх економічної експансії.

С. Цибульський визначає засоби держави для реалізації своєї геостратегії (і відповідно експансії), серед яких є прямо чи опосередковано економічні: створення в інших країнах власних представництв, філій міжнародних економічних організацій, аналітичних центрів, сумісних підприємств, будівництво промислових підприємств й об'єктів інфраструктури, постачання устаткування без можливості самостійного обслуговування, навчання кадрів, сприяння торгівлі або протекціоністські заходи, ембарго, санкції, економічна блокада, торговельна війна, укладання довготерміно-

вих договорів або згортання програм співпраці й інших економічних зв'язків, припинення науково-технічної співпраці, закриття повітряних і морських кордонів, увезення капіталу для скупівлі підприємств, комунікацій, засобів масової інформації або вивезення капіталу, концесія на розробку природних ресурсів, кредитування одержання прав на видобуток ресурсів для погашення заборгованості, посередництво в доставці енергетичних ресурсів, відмова у кредитуванні й інвестиціях, контроль за виробництвом й упровадженням програмних продуктів, шантаж залежних від постачань сировини держав, підкуп еліти, розповсюдження аудіо-і відеопродукції, трудова міграція [229].

Економічна експлуатація. Вона передбачає перерозподіл частини доходів слабших країн на користь сильніших. М. Ледевева зазначає, що в межах економічної експлуатації перелив доданої вартості на користь сильніших країн відбувається у формі нееквівалентного обміну результатами та факторами виробництва, переміщення виробництва і заміщення національного виробництва імпортом. В основі цього лежить сировинна спеціалізація, пов'язана з вичерпанням природних ресурсів, відставанням у технологіях, заниженим валютним курсом, боргова проблема, зв'язані кредити, використання в міжнародних розрахунках валют лише країн-лідерів, трансфертні ціни [104].

Н. Осокіна використовує термін світосистемна рента як інструмент перерозподілу капіталу, який є додатковим доходом центру світової економічної системи внаслідок його монопольного становища. Вона виникає через те, що держави центру та міжнародна система стримують вільний ринок, інституціоналізують та охороняють власні переваги [232]. Л. Кібальник також у межах геоекономічного підходу розглядає привласнення і перерозподіл світової ренти: у т. ч. природну ренту (сільськогосподарську, гірську, паливну, екологічну ренти і антиренту) та технологічну квазіренту. Сильніші країни мають можливість перерозподіляти на свою користь світову ренту і позбавлятися екологічної антиренти [90].

З іншого боку, іноді може відбуватися зворотна експлуатація слабшими країнами сильних, наприклад, за рахунок споживання глобальних або колективних суспільних благ (наприклад міжнародна безпека) до яких мають доступ більшість країн [5].

Економічні санкції. Як зазначають Г. Хафбауер, Дж. Шотт, К. Еліот та Б. Оугг санкції – це навмисна ініційована урядом відмова чи загроза відмови від звичайних торговельних або фінансових відносин [425]. Близько до сфери економічних санкцій розглядає власне термін економічна сила В. Шумілов. Він розглядає економічну силу в аспекті міжнародного правопорушення і в аспекті заходів проти міжнародних правопорушень [282].

Р. Пейп відокремлює поняття економічних санкцій від торговельних війн та економічної боротьби (усі три поняття розглядають як способи економічного тиску) і стверджує, що санкціями досягають політичних, а не економічних цілей [484]. Наприклад, ст. 41 Статуту ООН визначає заходи економічного примусу, які використовуються для підтримки та відновлення міжнародного миру і безпеки та передбачають повне або часткове припинення економічних відносин, транспортного сполучення, засобів комунікації [190]. Згідно з М. Доксі, економічні санкції – це засоби економічного покарання, впроваджені, як декларується, внаслідок недотримання об'єктом санкцій міжнародних стандартів чи зобов'язань [359]. Ще вужче тлумачення терміна економічна санкція передбачає, що це не будь-який примусовий економічний захід, а лише той, який здійснюється міжнародними організаціями у відповідь на протиправне діяння з боку цільової держави. Подібні заходи з боку держав називають не санкціями, а заходами у відповідь [103].

Д. Болдуін, навпаки, розуміє санкції ширше і допускає використання санкцій як для досягнення політичних, так й економічних цілей, виокремлює позитивні та негативні санкції [311].

У широкому розумінні в економічному дискурсі економічні санкції є конкретними інструментами або методами застосування економічної сили країною, що націлені на створення витрат відмови для об'єкта застосування сили. У їх основі також лежить нерівномірний розподіл економічної сили. У політичному дискурсі економічні санкції – це інструмент для досягнення політичних цілей. У юридичному ж дискурсі економічні санкції можуть розглядати достатньо вузько – як інструменти покарання інших країн за їхні правопорушення. Однак для цілей аналізу терміна економічна сила нас цікавить найбільш широке тлумачення економічних санкцій.

Цілі економічних санкцій. Метою санкцій можуть бути: покарання чи послаблення цільової держави (об'єкта застосування економічної сили), зміни в її політиці чи зміна режиму, уникнення чи провокування війни, висловлення несхвалення її діями (коли санкції радше символічні), заспокоєння внутрішніх груп тиску [184]. К. Латипов виокремлює такі цілі санкцій:

- примус до зміни політики;
- зміна політичного режиму або діячів (економічна шкода може спровокувати політичну нестабільність у цільовій державі);
- стримування та запобігання повторення певних дій (у т. ч. з боку третіх країн);
- міжнародний символізм – демонстрація несхвалення дій цільової держави та досягнення морального ефекту;
- внутрішній символізм – зниження критики зовнішньополітичного курсу у країні – ініціаторі санкцій [103].

Дж. Барбер виокремлює первинні, вторинні та третинні цілі санкцій. Первинні цілі формальні, публічні, офіційні. Вторинні та третинні – є реальними цілями. Первинні цілі спрямовані на примушення змінити поведінку країни об'єкта санкцій. Вторинні – стосуються статусу та дій ініціатора санкцій, які виходять за межі прагнення зміни поведінки об'єктом санкцій – це демонстрація офіційної думки, серйозності в намірах захистити світовий правопорядок. Третинні цілі пов'язані із конкретними аспектами міжнародного порядку – це підкреслення аморальності використання сили, демонстрація корисності міжнародних організацій, послання іншим країнам, які можуть вдатися до неправомірних дій [313].

Ю. Седляр класифікує санкції за спаданням їх економічної шкоди на:

- інструментальні (для уникнення одержання цільовою країною конкретного товару, наприклад військового призначення, або фінансового капіталу);
- каральні (за неприйнятну зовнішньо- або внутрішньополітичну поведінку – можуть завдати суттєвих економічних збитків цільовій країні);

- символічні (економічні збитки для цільової країни мінімальні, але дозволяють висловити своє несхвалення політикою цільової держави) [184].

Інструментарій економічних санкцій. Інструменти застосування економічної сили можуть мати позитивний, негативний і змішаний характер. Зважаючи на це ми передбачаємо, що економічні санкції можуть мати форму жорсткішого ставлення щодо статус-кво або ненадання преференцій порівняно зі статус-кво.

До негативних економічних санкцій належать, зокрема такі: експортні й імпорتنі тарифи або інші торговельні обмеження, торговельні бойкоти й ембарго, інвестиційні обмеження, заморожування та конфіскація активів, обмеження на подорожі, заморожування преференційного режиму, урізання допомоги [332], повернення допомоги, оподаткування [446, с. 452], антидемпінгові процедури [57], відмова від участі в економічних співтовариствах або міждержавних технічних системах і програмах, відмова в допуску для човнів у прибережні економічні зони [182], технологічна блокада [124], підняття цін на важливі для економіки країни-об'єкта сили товари.

У 2011 р., наприклад, у США було ініційовано "Закон про реформування системи нагляду за валютним курсом", що мав би наділити повноваженнями уряд обкладати митом продукцію із країн, що підозрюються в умисному заниженні курсу валют для стабілізації експорту [100]. Інший приклад, коли в жовтні 2008 р. через місяць після колапсу Леман Бразерс співробітник Державного департаменту США звернувся до китайського колеги щодо купівлі Китаєм цінних паперів США, китайська сторона неочікувано відмовилася внаслідок нещодавньої поставки зброї із США до Тайваню [384].

Г. Хафбауер, Дж. Шотт, К. Еліот та Б. Оугг поділяють санкції залежно від інструменту на експортні, імпорти та фінансові (комерційні фінанси, кредити міжнародних фінансових інституцій та двостороння допомога, конфіскація або арешт майна). Імпорتنі санкції малопоширені, через те що їх майже не застосовують США. У їхній базі даних фінансові санкції використовувалися самостійно або в комбінації з іншими видами у 153

випадках із 204 розглянутих. Зазвичай це зупинка офіційної допомоги, рідше – обмеження приватного кредитування або інвестицій [425, с. 44–46].

О. Шаров виокремлює чотири види санкцій, серед яких поряд із дипломатичними є три економічні види: фінансові, торговельні та "розумні" (останні – заборона активів або пересування окремих компаній чи осіб). Наприклад, ЄС використовує такі фінансові санкції: заборона відкриття нових філій, кредитування в певних секторах, придбання акцій або інших цінних паперів підприємств, посередництво чи допомогу в емісії урядових чи гарантованих урядом облігацій, державної підтримки двосторонньої торгівлі, страхування чи перестраховування [268].

У Законі України перераховано такі види санкцій: блокування активів; обмеження торгівлі, транзиту, вивезення капіталу; призупинення виконання зобов'язань; анулювання ліцензій; заборона участі у приватизації чи оренді державного майна, користування радіочастотним ресурсом; обмеження надання телекомунікаційних послуг; заборона державних закупівель, заходу човнів у територіальні води, літаків у повітряний простір; заборона угод із цінними паперами, дозволів на інвестиції чи вклади, увезення чи вивезення валютних цінностей; обмеження видачі готівкових коштів за платіжними картками; заборона реєстрації учасників міжнародної платіжної системи, збільшення розміру статутного капіталу підприємств; додаткові заходи екологічного, санітарного, фітосанітарного чи ветеринарного контролю; припинення дії торговельних угод, спільних проєктів, секторальних програм; заборона передачі технологій чи прав інтелектуальної власності; припинення культурного обміну, наукової й освітньої співпраці, програм у сфері дозвілля; відмова в наданні або припинення дії віз, заборони на в'їзд; припинення дії міжнародних угод; анулювання офіційних візитів, переговорів; позбавлення державних нагород тощо [1].

До інструментів позитивної мотивації (відмову в застосуванні яких можливо розглядати як економічні санкції) належать такі: сприятливий режим торгівлі; кредитування; прямі інвестиції; трансферт технологій, методів управління, маркетингу [57];

РНС; преференційні квоти; страхування; гранти; гарантії інвестицій; субсидовані закупівлі [446]; поставки енергоносіїв за пільговими цінами [135]; допомога силам в іншій країні, що прямо підтримують політику країни-донора або підтримують ідеї та політику, яка непрямым шляхом є в інтересах країни-донора [558, с. 6]; демонстрація позитивних прикладів (проекти, добробут громадян тощо) [435]); перспективи членства в СОТ, ЗВТ, митних союзах [281, с. 110], інших міжнародних організаціях або економічних союзах.

Наприклад, в обмін на пільгове кредитування Білорусі Росія мала наміри досягти таких цілей: перехід на рублі в торгівлі енергоносіями, преференції російським компаніям у приватизації білоруських активів (економічні цілі), визнання незалежності Абхазії та Південної Осетії, створення регіональної системи ППО (політичні цілі) [134]. Китай надавав африканським країнам інвестиції в обмін на закриття посольств Тайваню [537, с. 23]. Т. Бюте виокремлює фактори, що впливають на направлення допомоги:

- потреби реципієнта (але часто це є незначущим фактором);
- військовий альянс із країною-донором;
- геополітичне стратегічне значення (під час холодної війни);
- голосування в ООН (по-факту або в перспективі);
- членство в Раді безпеки ООН;
- торгівля (експортні можливості для країни-донора);
- добре управління (низька корупція, демократичний лад після холодної війни) [332].

У широкому розумінні всі інструменти державного економічного регулювання можна розглядати як інструменти економічної сили. Та не тільки державного регулювання. Значна частина повноважень в ухваленні рішень належить недержавним суб'єктам. Зважаючи на це інструменти обмежуючої ділової практики приватної компанії, що має монопольне або олігопольне становище, на зовнішніх ринках також можуть розглядати в цій площині. Узагальнено інструментарій економічних санкцій ми наводимо в табл. 5.2.

Таблиця 5.2. Класифікація інструментарію економічних санкцій

Сфера	Негативні санкції	Позитивні санкції
Торговельні	Тарифи, нетарифні обмеження, бойкоти, ембарго, секторальні експортні або імпортні заборони, заборони участі в державних закупівлях, антидемпінгові процедури, транспортні обмеження, транзитні обмеження, підняття цін на стратегічні товари, припинення дії преференційних торговельних угод	Тарифні преференції, пільгові ціни на стратегічні товари, доступ на ринок державних закупівель
Фінансові	Платіжні, інвестиційні та кредитні обмеження, обмеження на приватизацію/оренду державного майна, податки, конфіскація, арешт майна	Гранти, пільгові кредити, інвестиційні проекти, страхування і гарантії
Інші	Обмеження подорожей, позбавлення участі в міжнародних організаціях, технологічна блокада, обмеження користування ресурсами, припинення культурного й освітнього обміну	Технічна допомога, трансферт технологій, членство в міжнародних організаціях та інтеграційних блоках, безвізовий режим, культурний та освітній обмін

Джерело: складено автором самостійно та за [1, 57, 124, 135, 182, 268, 281, 332, 425, 446].

Ефективність економічних санкцій. У науковій літературі питання ефективності санкцій залишається достатньо дискусійним. Ми маємо на меті систематизувати проблемні моменти, що визначають ефективність економічних санкцій. Складним питанням є методика оцінки ефективності санкцій. Критерії ефективності санкцій можуть передбачати: досягнення первинної або інших цілей санкцій; зменшення ВВП цільової країни; нематеріальні соціо-психологічні ефекти внаслідок втрати престижу, статусу та впливу [366]. Зазвичай про ефективність санкцій судять на основі первинної цілі, що не зовсім правильно [425, с. 145–147]. Одним зі способів визначення ефективності економічних санкцій є зменшення ВВП країни – об'єкта санкцій із

часом, але не всі поділяють такий підхід. Реляційний підхід передбачає поєднання відчутних економічних ефектів і нематеріальних соціопсихологічних ефектів внаслідок втрати престижу, статусу та впливу в очах громадськості [366, с. 157–158].

Використання негативних економічних санкцій може не досягнути поставлених суб'єктом економічної сили цілей або призводити також і до втрат, оскільки може змінювати рішення, ухвалені з економічних міркувань. Наприклад, санкції можуть призводити до збагачення еліт, які контролюють чорний ринок [397, с. 7]. Також санкції часто важко зробити цільовими, тому постраждати за політику, що проводить правляча еліта, можуть невинні громадяни. Через це може постраждати репутація країни, що впроваджує санкції [332].

Бойкот Куби з боку США не привів до кардинальних політичних зрушень на Кубі, а підняті тарифи на сталь у 2003 р. були визнані незаконними в межах правил СОТ. Зважаючи на це невмотивоване підняття тарифів обмежується правилами СОТ, а також внутрішніми збитками споживачів [435].

Ще один ефект стримуючих факторів для санкцій показаний на прикладі санкцій США проти Ірану. У 2010 р. "Акт про комплексні санкції щодо Ірану, притягнення до відповідальності та вилучення капіталовкладень" обмежив інвестиції в нафтовий сектор Ірану, посилив санкції за продаж обладнання для нафтової промисловості, бензину, товарів, послуг і технологій. У 2011 р. відмовлено в доступі до фінансової системи США компаніям, які продовжують працювати із Центральним банком Ірану. У ЄС у 2012 р. також застосували ембарго на поставки нафти і газу з Ірану, було припинено страхування нафтових вантажів. У 2012 р. також відбулося вилучення банківських організацій Ірану зі Свіфт. Санкції призвели до перебоїв в оплаті нафтових поставок з Ірану (наприклад, в Індії у 2011). Відбулося скорочення поставок. З іншого боку, наслідками також стали продажі через приватні фірми-посередники, зміна назв і прапорів танкерів Іранської національної танкерної компанії, переорієнтація поставок та їх страхування на ключові країни Азії, погрози блокування Ормузької протоки у випадку силового сценарію, незацікавленість країн Азії в підтримці ембарго внаслідок

динамічного економічного зростання, інвестиції у власне вироблення нафтопродуктів [101].

Санкції можуть мати неочікуваний позитивний результат для цільової країни, якщо її втрати компенсуються надходженнями від центра сили, який є конкурентом для ініціатора санкцій, наприклад під час холодної війни [425, с. 102]. А. Єгоров наголошує, що цільовий ефект від санкцій часто досягається тільки у довготерміновій перспективі. Проте довготермінові наслідки можуть і не відповідати цілям ініціатора санкцій. Наприклад, нафтове ембарго щодо країн Заходу сприяло розвитку енергозощадження й альтернативної енергетики, що врешті-решт послабило залежність цільових країн від імпорту нафти із країн ОПЕК [69]. Д. Балувєв зазначає, що санкції також негативно впливають на сусідні країни, підвищуючи ймовірність регіональної економічної кризи [17].

Проте і позитивні санкції мають недоліки. Зокрема, їх фінансування може бути неприйнятним для платників податків, особливо в умовах великого дефіциту державного бюджету. Посадові особи, які в обмін на одержання зовнішніх преференцій проводять непопулярну політику, можуть позбутися свої посад внаслідок тиску виборців [435]. Допомога може призводити до проблеми морального ризику у країні-реципієнті, залежності від допомоги, прихованих субсидій для експортерів країни-донора [332].

Наведемо кілька прикладів емпіричних досліджень ефективності економічних санкцій. Практика доводить, що введені санкції з боку США під час холодної війни були ефективними у 1/3 випадків, а погрози введення санкцій – у більше ніж половині випадків [332].

К. Латипов розглядає успішність епізодів використання економічних санкцій у розрізі цілей їх використання. Лише в 4 з 12 випадків санкцій для цілей зміни позиції цільової країни їх позиція була змінена, але лише в одному випадку саме внаслідок санкцій, а не інших причин. В усіх шести випадках санкцій для зміни політичного режиму або керівництва не було досягнуто успіху саме завдяки санкціям. Іноді санкції навіть зміцнювали позиції керівництва цільової країни. Успішність стримуючих санкцій прямо оцінити важко, тому зазначені лише фактори

успішності (упевненість імовірного об'єкта санкцій у тому, що ініціатор її використає; суттєві втрати від санкцій; відсутність суттєвих можливостей зворотних санкцій; попередній успішний досвід використання подібних санкцій щодо інших країн). Санкції для зовнішньополітичних цілей та збереження репутації також важко аналізувати безпосередньо. Однак про відсутність успіху у шести випадках може свідчити нездатність залучити на свій бік союзників, але у чотирьох випадках це було досягнуто. Санкції для одержання внутрішньополітичної підтримки, виходячи з рейтингів керівництва країни-ініціатора на наступних виборах, у чотирьох випадках не досягли успіху, а в одному епізоді – досягли. Зважаючи на це К. Латипов приходить до висновку, що негативні санкції є переважно неефективним заходом [103].

Економічні санкції використовуються усе ж через їх відносну меншу вартість, ніж вартість ведення військових дій [446, с. 462]. Також І. Петреску на основі пробіт-моделі показує, що економічні санкції у зв'язку з військовим конфліктом зменшують імовірність того, що цільова держава або схожі на неї держави за географічним розташуванням або військовими потужностями братимуть участь в іншому збройному конфлікті впродовж наступних п'яти років, на 9–12 % [425, с. 44].

Р. Пейп висловлює думку, що санкції можуть бути успішнішими, якщо:

- ставки в суперечці невисокі;
- цільова країна залежить від ініціатора санкцій у сфері торгівлі;
- у цільовій країні висока нерівність доходів (уряд не зможе компенсувати втрати тим, хто його найбільше підтримує, за рахунок перерозподілу доходів від широких мас) [484].

Г. Хафбауер, Дж. Шотт, К. Еліот та Б. Оугг наголошують, що частка успішних санкцій мало змінювалася впродовж ХХ ст. – близько 1/3 (34 %) [425, с. 125]. Проте, успішнішими є санкції:

- якщо цілі санкцій були обмеженими (наприклад, випустити політичних ув'язнених) – вони були успішними у 51 % випадків;
- проти менших країн (а медіанне співвідношення ВВП країни-ініціатора та цілі санкцій становило 105) – це підтвер-

джує тезу, що санкції є зброєю багатих і могутніх [366, с. 149], а мала економіка має менше можливостей увести санкції проти більшої, ніж навпаки;

- ті, які завдають більшої шкоди цільовій країні (успішні завдавали в середньому шкоди на 3,3 % ВВП, а неуспішні на 1,6 %);
- проти демократичних або дружніх для ініціатора країн (їм є більше чого втрачати);
- ширші (коли одночасно використовують експортні, імпорتنі та фінансові) – у близько 40 %, далі суто фінансові 36, суто торговельні 25, фінансові й експортні або імпорتنі 20 і 18 %, відповідно;
- коротші в часі (успішні тривали лише 4,4 року в середньому, а неуспішні 8,4 року: імовірно довгі та поступово застосовані санкції призводять до ефекту звикання в цільовій країні (перенаправлення торговельних потоків, знаходження нових союзників, мобілізація громадської думки) [425, с. 158–159, 168, 170–172].

Проте Р. Пейп зауважує, що не всі санкції, визначені ними як успішні можна вважати такими: досягненню цілей сприяли не так санкції, як силові операції або інші фактори [484]. Ще один погляд передбачає, що економічні санкції ефективні тільки проти держави, яку можна перемогти військовими засобами [235].

Як наголошує К. Елліотт, фінансові санкції мають бути ефективнішими, ніж торгові: фінансові ринки є більш регульовані, ніж товарні, на них домінує менша кількість великих гравців, яких легше моніторити. Ринкові сили посилюють ефект фінансових санкцій (фінансові гравці одержують прибуток із часом і ризикують власним капіталом) і намагаються обходити торговельні санкції (вищі ціни на дефіцитні внаслідок санкцій товари стимулюють нелегальну торгівлю, а оплата відбувається швидко). Фінансові санкції створюють нестачу грошей, що також зменшує торгівлю і без формальних торговельних санкцій. З іншого боку, імпорتنі санкції як й обмеження допомоги позбавляють країну ліквідності [425, с. 46–47]. Позбавлення допомоги створює 100-відсоткові втрати для економіки цільової країни, у той час як торговельні санкції створюють менші втрати через

можливість цільової країни перенаправити свої торговельні потоки [425, с. 101].

Б. Ческідов також розглядає ефекти в розрізі видів санкцій:

- Експортні й імпортні. Експортні ефективні, якщо цільова країна не може сама виробити санкційну продукцію або придбати її у третіх сторін – тобто, коли їх уводять країни з розвиненим науково-технічним і військовим потенціалом, достатнім впливом на міжнародні розрахунки. Імпортні санкції зазвичай мають частковий або тимчасовий ефект.
- Персональні санкції мають психологічний ефект, формуючи заздрість у населення щодо керівництва країни та сумніви в його безкорисності. Однак якщо цільова країна є демократичною, то вплив таких санкцій мінімальний, оскільки можна відсторонити від управління осіб – об'єктів санкцій.
- Санкції проти окремих економічних суб'єктів можуть підривати технологічний та інфраструктурний потенціал, руйнувати взаємозалежності в національній економіці.
- Секторальні санкції мають схожі наслідки з попереднім видом, але більш масштабні, особливо якщо цільова країна має незбалансовану структуру економіки. Часто вони спрямовані на стримування розвитку оборонної промисловості, фінансового сектора. В останньому випадку ініціатор санкцій має значною мірою контролювати міжнародну фінансову систему. Фінансові санкції характеризуються як найбільш гнучкий та ефективний тип санкцій, який дешевший для ініціатора санкцій і дорогий для цільової країни (якщо ініціатором санкцій є США + союзники).
- Усеохоплюючі санкції є різновидом блокади [234].

З огляду на це Г. Хафбауер, Дж. Шотт, К. Еліот та Б. Оутг надають такі рекомендації: не переоцінювати перспективи досягнення політичних цілей санкцій, особливо проти авторитарних режимів у великих країнах; упроваджувати санкції рішуче, а не поступово; економічні санкції іноді не унеможливають військового втручання чи таємних операцій; зважувати втрати (власні та союзників) від санкцій з очікуваними результатами, але і не занадто цим не перейматися, щоб не девальвувати ефект від санкцій [426].

Узагальнено фактори ефективності санкцій подано в табл. 5.3.

Таблиця 5.3. Вплив факторів на ефективність економічних санкцій

Позитивний вплив	Негативний вплив
- погрози використання санкцій з упевненістю, що вони будуть використані - економічні втрати від санкцій для цільової країни - попередній успішний досвід використання подібних санкцій щодо інших країн - залежність цільової країни від країни – ініціаторки санкцій - висока нерівність доходів у цільовій країні - обмеженість цілей санкцій (випустити політичних в'язнів) - значна перевага ініціатора санкцій у величині економіки над цільовою країною - демократична цільова країна - традиційно дружні відносини між ініціатором санкцій та цільовою країною - комплексний характер санкцій - короткі в часі, але масштабні санкції - можливість підкріплення військовими операціями - глобальна перевага ініціатора санкцій у науково-технічній та фінансовій сфері - фінансові санкції - персональні санкції (у демократичних країнах)	- втрати для широких верств населення в цільовій країні, для країни – ініціатора санкцій та третіх країн - розвиток чорного ринку - обмеження інструментарію нормами міжнародного права - переорієнтація напрямів зовнішньоекономічних відносин цільової країни - допомога цільовій країні від конкурентів країни – ініціаторки санкцій - розвиток компенсуючих технологій - амбітні цілі (зміна політичного режиму або керівництва) - можливість контрсанкцій - незначна перевага ініціатора санкцій у величині економіки над цільовою країною і ще гірше, якщо ініціатор санкцій – економіка з меншим розміром - авторитарний устрій у цільовій країні - традиційно напружені відносини між ініціатором санкцій і цільовою країною - обмеженість спектра інструментів санкцій - поступове посилення санкцій - тільки торговельні санкції, особливо якщо експортні - персональні санкції (в авторитарних країнах)

Джерело: складено автором за [17, 69, 101, 103, 235, 234, 332, 397, 425, 435, 484].

Економічні війни та засоби їх ведення. Економічна глобалізація створює ситуацію взаємозалежності країн, знижуючи стимули для силового протистояння. Проте конфліктні ситуації залишаються, одним із способів розв'язання яких є економічні війни, що реалізуються в площині різних форм міжнародних економічних відносин.

Як визначає А. Шнипко, "економічна війна – це сукупність економічних, правових та адміністративних дій, спрямованих проти економіки супротивника", вона є складовою ширшого явища економічного суперництва, насамперед держав [281, с. 103–104]. Н. Абдуллаєв і Н. Багузова характеризують економічні війни як конфлікти з високим рівнем напруження, що можуть перейти й у збройний конфлікт [2].

На нашу думку, економічна війна є формою вияву активного економічного суперництва з використанням жорстких економічних засобів, які зазвичай виходять за межі стандартної практики міжнародної економічної взаємодії між країнами, та є частковим, найбільш радикальним випадком застосування економічної сили. Економічну війну також можна розглядати як економічну агресію, але якщо йдеться про дії ініціатора конфлікту, а не сторони, що вимушено захищається. Замість усталеного терміна економічна війна (яке за своєю суттю є радше метафорою) ми також можемо використовувати термін економічний конфлікт як менш емоційно забарвлений.

До засобів впливу держави на суперника в умовах економічної війни належать такі: торговельна дискримінація, економічний бойкот, ембарго, блокада, превентивна закупівля товарів, розбалансування фінансово-кредитної системи суперника, відмова у кредитуванні, нееквівалентний обмін товарами та послугами, валютні експансії, енергетичні блокади, вимотування економіки за допомогою гонки озброєнь [281, с. 49, 108, 140–141, 144], штучне моральне старіння озброєння і культивування конфліктів для розширення ринку озброєння [97]; економічна і фінансова експансія для руйнування національної економіки, знецінення національного економічного середовища, деіндустріалізації та дезорганізації виробництва, встановлення залежності від зовнішніх кредитів та інвестицій; деградація людського капіталу

внаслідок скорочення витрат на науку, культуру, освіту, охорону здоров'я, поширення шкідливих звичок; розповсюдження вигідної для ініціатора агресії економічної ідеології, культу збагачення і надмірного гедонізму; підкуп еліти [104], сприяння втечі кваліфікованих кадрів, промислове шпигунство [2].

Таким чином, сюди належать економічні санкції (у широкому розумінні, а не формально-правовому) у явному вигляді, а також методи, що часто не відносять до економічних санкцій з боку держав-суб'єктів застосування економічної сили, які зовні можуть не скидатися на засоби ведення економічної війни та щодо яких важко однозначно сказати, чи має місце економічна війна або негативні наслідки є наслідком дії стихійних ринкових сил (наприклад, нееквівалентний обмін, валютна експансія, розбалансування фінансово-кредитної системи).

З огляду на це іноді також використовують поняття геоекономічна війна, яка може мати більш тривалий та не такий явний характер. К. Савчук зауважує, що це "боротьба за вигідні регіональні позиції та ринки збуту у світовій економіці без застосування військової сили" [180]. Е. Кочетов її визначає як: "нанесення шкоди невійськовими методами за задалегідь спланованою стратегією оперування в геоекономічному просторі з використанням високих геоекономічних технологій". До особливостей такої війни він відносить безкровність, невидимість, відсутність руйнувань, стратегію непрямих дій. Її мета – перелив національного доходу противника у світовий дохід і недопущення його до перерозподілу світового доходу [97].

Наприклад, країні можуть надавати кредити на розвиток інфраструктури та модернізації економіки. Досягається високий рівень заборгованості, внаслідок чого країна стає залежною від зовнішнього кредитування, отримує меншу переговорну силу і змушена поступатися інтересами в інших питаннях, наприклад, голосуванні в ООН, розміщенні військових баз, наданні доступу до власних природних ресурсів тощо [154].

Одним з елементів геоекономічної війни можна назвати експорт нестабільності або стратегію керованих криз. Зазначається, що це забезпечує приплив капіталу до США за рахунок формування стійкого стереотипу: навіть якщо в США існують складнощі, в інших

потенційних приймаючих країнах буде ще гірше. Проте це також загострює загальносвітові проблеми та має вторинні негативні ефекти для США [166]. З огляду на подібні міркування, досягається ефект збільшення власної економічної сили, імовірно, за рахунок меншого абсолютного економічного приросту.

М. Леденева відносить до економічних та суміжних методів геоекономічної агресії, зокрема, такі:

- економічна і фінансова експансія для руйнування національної економіки, знецінення національного економічного середовища, деіндустріалізації та дезорганізації виробництва, встановлення залежності від зовнішніх кредитів та інвестицій;
- деградація людського капіталу внаслідок скорочення витрат на науку, культуру, освіту, охорону здоров'я, розповсюдження шкідливих звичок;
- поширення вигідної для ініціатора агресії економічної ідеології, культу збагачення та надмірного гедонізму;
- підкуп еліти [104].

Економічні війни також можуть проводитися не на державному рівні, а на рівні ТНК і транснаціональних банків (або національних компаній, які є активними експортерами). Вони можуть:

- застосовувати обмежувальну практику, недобросовісну конкуренцію;
- здійснювати валютні махінації;
- виторговувати понаднормативні пільги;
- лобіювати впровадження антиробітничого законодавства;
- зловживати використанням прав на інтелектуальну власність для створення бар'єрів на входження до ринку;
- вступати в унію з органами влади, фінансувати політичні еліти, консультувати владу в своїх інтересах;
- підкупати засоби масової інформації;
- вдаватися до промислового шпигунства в науково-технічній, технологічній сфері, сфері витрат, маркетингу та реклами;
- займатися фальсифікацією продукції конкурентів;
- маніпулювати з діловою звітністю;

- обдурювати споживачів [281, с. 165–166, 169, 184];
- проводити потужну рекламну кампанію;
- визначати обсяги та номенклатуру виробництва технологічно пов'язаних фірм [61, с. 136–143];
- зловживати трансфертним ціноутворенням.

Держава і ТНК можуть діяти спільно. Батьківські країни можуть фінансувати операції ТНК, страхувати їхні інвестиції, захищати інтереси у випадку конфліктів, ставити їм на службу органи розвідки. ТНК доповнюють у свою чергу арсенал впливу своїх держав поряд із дипломатією, армією, розвідкою [281, с. 169]. Так само держави можуть використовувати міжнародні організації для свої цілей. Наприклад, адміністрація Р. Ніксона свідомо використовувала вагу США в багатосторонніх фінансових організаціях та схилила приватні банки США до блокування кредитування Чилі за часів правління С. Альєнде [331].

Види економічних війн. До видів економічних війн (за охопленими сферами) за А. Шнипко належать такі: торгова (цінова, тарифна, митна), енергетична, сировинна, фінансова (бюджетна, кредитна, валютно-курсова), науково-технічна та технологічна, продовольча, приватизаційна та інвестиційна, екологічна [281, с. 103].

Торговельна війна визначається як "ситуація, за якої учасники міжнародної торгівлі намагаються знизити якісні характеристики конкуруючих товарів або взагалі усунути торговельного опонента за допомогою системи митних, тарифних, квотних, обмежуючо-заборонних та інших санкцій" [281, с. 161]. О. Асєєва характеризує торговельну війну як економічний тиск на супротивника для захоплення ринків, захисту вітчизняного виробника або з політичних міркувань за допомогою обмежувальних заходів (тарифних, кількісних обмежень, дозвільних процедур, інформаційних, у сфері державних закупівель тощо) [14].

Методи ведення торговельної війни передбачають:

- встановлення занадто високих митних тарифів на чутливі товари для іншої держави;
- заборона на ввезення окремих видів товарів з іншої держави;
- уведення імпорتنних квот;
- ліцензування імпорту певних видів товарів;

- експортні субсидії;
- перерозподіл фінансових і сировинних ресурсів на користь перспективних виробництв під приводом інтересів економічної безпеки;
- компенсаційні виплати в межах програми захисту вітчизняного виробника;
- особливий режим розмитнення товарів із додатковими митними процедурами;
- довільний вибір методики оцінки митних товарів;
- особливий режим стандартизації та сертифікації товарів;
- уведення особливих санітарних і фіто-санітарних норм;
- ускладнення антидемпінгових механізмів захисту від експорту іншої країни;
- обмеження доступу іноземних компаній до участі в тендерах;
- обмеження участі іноземних юридичних і фізичних осіб у процесах купівлі нерухомості або природних монополій (на нашу думку, цей метод належить радше до інвестиційної складової економічної війни, а не торговельної);
- контроль за експортом високотехнологічних товарів [281, с. 163–164].

Торговельні війни також класифікують, але багато із зазначених критеріїв підходять економічним війнам загалом. П. Дем'яненко виокремлює наступальні й оборонні торговельні війни. Перші передбачають зменшення експортних тарифів, демпінгові ціни тощо. Другі – збільшення імпорتنих мит, ускладнення митних процедур, технічні бар'єри [62]. Іншими словами, ураховується, чи торговельна війна розширює експорт, чи скорочує імпорт. Але ми можемо також вважати критерієм наступу – первинну ініціативу в економічному конфлікті. Тоді ініційовані в односторонньому порядку обмеження імпорту для країни-ініціаторки можна вважати наступальною війною. З огляду на це для уникнення невизначеності ми можемо розбити цей критерій на два: ініціатива (агресія і захист) та напрям торгівлі (експансіоністська/експортна і протекціоністська/імпортна).

О. Асеева за причинами поділяє торговельні війни із фінансово-економічних, політичних або екологічних причин, а за уча-

сниками на опонентні (двосторонні), опонентно-блокові (між блоком країн й окремою країною), блокові, за участю ТНК (між ТНК і слаборозвиненими країнами) [14]. Т. Гордєєва класифікує торговельні конфлікти за:

- походженням (протекціоністські, політичні, ідеологічні, економічні);
- учасниками (корпоративні, державно-корпоративні, між-державні, державно-наднаціональні, наднаціональні);
- засобами (тарифні, нетарифні, змішані);
- масштабом (глобальні, регіональні, субрегіональні, локальні);
- тривалістю (коротко-, середньо- і довгострокові);
- інтенсивністю (від малої до найвищої інтенсивності) [48].

Аналогічно ми можемо визначити фінансову війну, яку можуть вести за допомогою ініціювання різних видів фінансових криз (валютних, боргових, біржових, банківських) в об'єкті застосування економічної сили. Складовою фінансових війн є монетарні війни. О. Шаров характеризує монетарну війну як "гострий конфлікт у сфері валютно-грошових відносин між державами...". Дії в її межах спрямовані на зміну статусу-кво. Монетарні війни у свою чергу поділяють за:

- складом учасників (грошові/громадянські та валютні/зовнішні), (двосторонні, багатосторонні, світові);
- інтенсивністю та можливими наслідками (локальні, повномасштабні та тотальні);
- сепіоражні (фальшування грошей, окупаційні гроші, вільне банківництво тощо) та валютні (девальваційні, ревальваційні, множинні валютні курси);
- окремо виділяють імперіалістичні та колоніальні – насаджування метрополіями своєї валюти на контрольованих територіях чи утримання валют новітніх незалежних держав у власній орбіті [110, 269].

Енергетична війна – це "боротьба між суб'єктами міжнародних економічних відносин за володіння енергетичними ресурсами, комунікаціями та ринками їх збуту для досягнення світового або регіонального лідерства, а також одержання значних економічних дивідендів". Вона виявляється у формі боротьби за набуття дія-

нок, багатих на родовища енергоносіїв (у т. ч. шляхом злиття та поглинання), підвищення цін на енергоносії, боротьби за системи транзитних комунікацій енергоносіїв [281, с. 199, 210].

Сировинну війну ми можемо визначити як боротьбу за доступ до дефіцитних сировинних ресурсів, а також використання монопольної влади на ринках сировини для досягнення економічних і політичних цілей. Науково-технічна і технологічна війни передбачають обмеження доступу до передових технологій і наукових досягнень, просування наукових концепцій та технологій, що суперечать інтересам об'єкта застосування сили, або використання закордонних технологій нелегальним шляхом, промислове шпигунство. Продовольча війна може передбачати стимулювання нестачі продовольства у країні – об'єкті застосування сили або, навпаки, витіснення національних виробників харчових продуктів в іншій країні, ставлячи під загрозу її продовольчу безпеку і незалежність. Приватизаційна й інвестиційна війни можуть передбачати купівлю за заниженими цінами національних компаній в іншій країні, доведення до банкрутства або згорання виробництва у придбаних конкуруючих компаній, придбання стратегічно важливих компаній усупереч інтересам національної безпеки країни – об'єкта застосування сили. Екологічна війна може передбачати вивезення екологічно-небезпечних виробництв в інші країни, експлуатацію природних ресурсів спільного користування всупереч інтересам іншої країни.

Також, зважаючи на підхід до визначення економічної сили, де економіка – це засіб впливу на різні сфери, ми можемо зауважити, що економіка є основою для ведення й інших видів війн згідно із класифікацією А. Шнипко [281, с. 49–51]:

- техногенно-силової (завдяки військово-промислому комплексу);
- неоголошений геноцид (продаж наркотиків, алкоголю, тютюнових виробів, неякісної їжі чи ліків);
- організаційної (упровадження ворожих організаційних форм ведення господарства й управління економікою);
- інформаційної (завдяки розвиненій галузі ІКТ);
- хронологічна (пануючі школи економічної історії, які інтерпретують події минулого);

- духовної (нав'язування шкідливих цінностей, зокрема в економічній площині).

Економічні війни ми можемо також класифікувати як відкриті та приховані, односторонні та взаємні, симетричні й асиметричні, суто економічні та комплексні, помірні та масштабні, виграшні для одного з учасників або програшні для всіх учасників [250]. Узагальнено ми подаємо класифікацію економічних війн у табл. 5.4.

Таблиця 5.4. Класифікація економічних війн

Критерій	Види
Сфера охоплення	Торгові (цінові, тарифні, нетарифні), енергетичні, сировинні, фінансові (бюджетні, кредитні, монетарні), науково-технічні та технологічні, продовольчі, приватизаційні й інвестиційні, екологічні
Ініціатива	Агресивні, захисні
Напрямок відносин	Експансіоністські, протекціоністські
Мотивація	Економічні, політичні, ідеологічні, екологічні, соціальні
Учасники	Міждержавні, державно-наднаціональні, наднаціональні, державно-корпоративні, корпоративні
Географічне охоплення	Локальні, регіональні, глобальні
Тривалість	Коротко-, довготермінові
Інтенсивність	Помірні, масштабні, тотальні
Відкритість	Явні, приховані
Асиметрія впливу	Односторонні, взаємні
Наслідки	Виграшні для однієї сторони, програшні для обох сторін
Особливі види	Геоекономічні (тривала і менш явна), імперіалістичні (щодо залежних країн чи територій)
Залучення інших сфер	Суто економічні і комплексні (у т. ч. дипломатична, гонка озброєння на виснаження, експорт шкідливих для здоров'я товарів, організаційна, інформаційна, історична, ціннісна війни)

Джерело: складено автором самостійно та за: [14, 62, 110, 281, 269].

Торговельні суперечки. У формально-правовій площині економічне протистояння може відбуватися у вигляді економічних суперечок, зазвичай у сфері торгівлі. Хоча в ідеалі їх вирішення має відбуватися з міркувань справедливості та відповідності норм міжнародного права, на практиці країни з різною економічною вагою мають неоднакові шанси одержати перевагу від урегулювання суперечок.

Великі економіки частіше беруть участь у торговельних суперечках. Упродовж 1995–2010 рр. найбільшою мірою брали участь, наприклад, у торговельних суперечках як позивачі США (92 рази), ЄС (78), Канада (33), Бразилія (26), Мексика (21), Індія (20), а як відповідачі США (122), ЄС (81), Індія (20), Китай (18), Канада (16), Японія (15) [48]. У межах торговельних суперечок більші країни за інших рівних умов мають сильніші позиції. Найбільші економіки, зокрема США, ЄС, Японія, частіше вдаються до механізму врегулювання суперечок у межах СОТ, тому Т. Сеттлер та Т. Бернауер ставлять запитання, чи немає тут дискримінації менших і бідніших країн. Їх емпіричний аналіз вказує на те, що більші країни більшою мірою залучені до таких суперечок і як позивачі, і як відповідачі внаслідок того, що їхні ринки великі, а виробництво диверсифіковане, тому виникає більше приводів для суперечок (гравітаційний ефект). Ця складова диспропорцій не є дискримінаційною щодо слабших країн. Проте спостерігається й менша кількість випадків суперечок між позивачем і відповідачем, сила яких нерівна. Імовірно, сильніші країни домагаються поступок від слабших країн за межами механізму СОТ, а слабші країни не схильні скажитися на великі країни з міркувань побоювання заходів у відповідь (дискримінаційний ефект). До того ж участь у торговельній суперечці може бути дорогою, вимагаючи наявності кваліфікованого персоналу та тривалого часу [514].

Дж. Уолтерс також звертає увагу на те, що в межах механізму розв'язання суперечок СОТ невелика кількість країн, що розвиваються, мають ресурси сформувати юридичну команду для ініціювання позову. Наприклад, кілька західноафриканських країн у 2003 р. підтримали позов Бразилії до США щодо використання останніми субсидій для бавовняної галузі, але не іні-

ціювали до цього позов самостійно. Панель вирішила суперечку на користь позивачів. Однак США подали серію апеляцій, що затягувало процес і робило його витратнішим для позивачів. У багатьох випадках заможніші країни у випадку розв'язання суперечки не на їхню користь вдаються до компенсації, а не до приведення своєї політики до норм СОТ. У випадку, якщо позивачам дозволяється вводити заходи у відповідь, часто вони цього не роблять або воно є невідчутним для країни-відповідача внаслідок нерівності сил. Позивач ризикує опинитися без допомоги в розвитку, яку він одержує від відповідача, полегшення заборгованості або тарифних преференцій [568, с. 178–179]. Також самим малим країнам, як наголошує Л. Ньямтсерен, складніше використовувати заходи у відповідь, це лише додатково викривлює споживання [471, с. 38].

Через те, що малим країнам складніше користуватися механізмом розв'язання суперечок внаслідок обмеженості юридичних і технічних ресурсів, І. Шапіро і Р. Кессіді пропонують спеціальне і диференційоване ставлення до них у сфері врегулювання суперечок, наприклад із ширшим залученням посередників. Зараз залучення посередників необов'язкове і більшість суперечок вирішують шляхом панельного арбітражу. І хоча вже зараз СОТ надає юридичні послуги членам, серед яких консультації щодо врегулювання суперечок, це не стосується фактичного юридичного представництва в посередництві чи панелях [517, с. 5].

З іншого боку, перевага малих країн полягає у такому. Ф. Ахмаді-Есфакхані та Р. Стенмор стверджують, що малі країни займають малу частку ринку, тому при проведенні активної стратегічної торговельної політики (наприклад субсидування експорту) не накликають на себе протидію або заходи у відповідь з боку більших країн. Інакше кажучи, заходи у відповідь зазвичай небезпечні для більших країн, які займають велику частку ринку [293, с. 2, 6]. З іншого боку, ми маємо зазначити, що дуже великі країни також, імовірно, рідше будуть об'єктами заходів у відповідь, завдяки своїй впливовості.

Висновки щодо ефектів величини економіки для міжнародних торговельних суперечок систематизовані нами в табл. 5.5.

**Таблиця 5.5. Особливості участі великих і малих економік
у міжнародних торговельних суперечках**

Критерій	Велика економіка	Мала економіка	Примітки
Участь у механізмі врегулювання суперечок	Частіша	Рідша	Як позивачі та як відповідачі
Відносні фіксовані витрати на розв'язання суперечки	Низькі	Високі	
Формат участі у врегулюванні суперечки	Частіше ініціатори позову	Частіше підтримують уже існуючий позов	
Використання заходів у відповідь	Частіше	Рідше	
Ризик стати об'єктом заходів у відповідь	Високий, крім у найбільших країнах	Низький	

Джерело: складено автором за результатами метадослідження та розрахунків за [577].

Оцінка легітимності використання економічної сили.

Е. Пушкарьов розглядає правовий аспект заборони використання економічної сили (фактично, у розумінні економічного примусу чи ведення економічної агресії/війни). Він апелює до низки міжнародних правових документів: Декларація про недопустимість втручання у внутрішні справи держав, про обмеження їх незалежності та суверенітету (Резолюція ГА ООН 2131(XX) від 21.12.1965), Декларація про принципи міжнародного права, що стосуються дружніх відносин і співробітництва між державами відповідно до Статуту ООН (Резолюція ГА ООН 2625(XXV) від 24.10.1970), Хартія економічних прав та обов'язків держав (Резолюція ГА ООН 3281(XXIX) від 12.12.1974), Резолюція ГА ООН 37/249 про захист економічних відносин від негативних наслідків політичного напруження, Резолюція ЮНКТАД-VI 152/VI 1983 р, що засуджує використання примусових економічних заходів у міжнародних економічних відносинах як ті, що суперечать Статуту ООН і загальноприйнятим нормам міжнарод-

дного права, Економічні заходи як засіб політичного і економічного примусу щодо країн, що розвиваються (Резолюція ГА ООН від 20.12.1983). З боку СРСР були також пропозиції дати визначення економічна агресія як "засоби економічного тиску, що порушують суверенітет іншої держави, її економічну незалежність і загрожують основам життя цієї держави, перешкоджають експлуатації природних багатств, націоналізації цих багатств, а також економічну блокаду" [164].

Проте окрім юридичного аспекту, існують й інші оціночні критерії економічної сили як примусу. А. Іжболдін-Кронберг розглядає аспект легітимності економічної влади, що характеризує, наскільки дії суб'єкта економічної влади відповідають потребам суспільства та його складових [76]. Зазначимо, що терміни економічне суперництво й економічні санкції зазвичай несуть умовно позитивне смислове навантаження (крім об'єкта санкцій), економічна експансія і торговельні суперечки – умовно нейтральне, а економічний примус, експлуатація, економічна війна й агресія – негативне (хоча, наприклад, Е. Михайлов практично ототожнює терміни економічні санкції, економічну агресію та економічний примус [124]). Однак в усіх цих випадках відбувається використання економічної сили, легітимне чи нелегітимне.

Висновки

Економічне суперництво між країнами є найбільш широким розумінням сфери реалізації економічної сили. Воно може відбуватися у формі явних жорстких обмежувальних заходів або не виходити за межі звичайної конкуренції в умовах вільного ринку. Економічна експансія є результатом використання економічної або інших видів сили, що призводить до досягнення економічних цілей країн у міжнародному просторі. Для економічної експансії не обов'язкове використання навмисного і явного економічного тиску. Вона поділяється на фінансову, торговельну, міграційну й інтеграційну. Економічна експлуатація характеризується несправедливим розподілом або перерозподілом створюваних економічних благ на користь сильніших економік. Однак не унеможливується зворотна експлуатація слабкими економіками сильних, якщо останні створюють глобальні суспільні блага.

Економічні санкції мають свою нішу як сфера реалізації економічної сили. Традиційно економічні санкції розглядають у формально-правовій площині та переслідують політичні цілі, особливо для покарання за порушення норм міжнародного права. Проте цей термін можна розуміти й ширше як сукупність засобів економічного впливу (покарання та стимулювання) для досягнення різних цілей шляхом створення витрат не підкорення для об'єкта сили. Основними критеріями класифікації економічних санкцій, на нашу думку, є цілі (політичні, економічні, інші), сфера застосування (торговельні – експортні й імпортні, фінансові тощо) та характер впливу (негативні – покарання, позитивні – стимулювання).

Критеріями ефективності санкцій є досягнення політичних або інших цілей санкцій (явних або прихованих), зменшення ВВП та національного багатства цільової країни, репутаційні втрати цільової країни та її ізоляція, співвідношення вигод і втрат, запобігання наступним порушенням норм міжнародного права.

Ефективнішими є рішучі погрози використання санкцій. Посилюють успішність санкцій економічні втрати у цільової країни, попередній успішний досвід використання санкцій у схожих ситуаціях, залежність цільової країни від ініціатора санкцій та традиційно дружні відносини між ними, нерівність доходів у цільовій країні, менш амбітні цілі санкцій (наприклад, випустити політичних в'язнів), сильна економічна (а також науково-технічна, фінансова та військова) перевага ініціатора санкцій над цільовою країною, демократичний устрій у цільовій країні, комплексний і масштабний характер санкцій, застосування фінансових санкцій, підкріплення економічних санкцій військово-політичними діями.

Суттєво обмежують досягнення цілей санкцій такі обставини. Санкції важко зосередити лише на правлячій еліті цільової країни: постраждати можуть і невинні громадяни, а це репутаційні втрати ініціатора санкцій. Арсенал санкційних інструментів обмежений, наприклад, невмотивоване підняття тарифів обмежується СОТ і внутрішніми збитками споживачів. Санкції можуть збагатити еліти, що контролюють чорний ринок. Для обходу санкцій можуть використовувати фірми-посередниці із третіх країн.

Коло країн, що запроваджують санкції, є обмеженим. На допомогу цільовій країні може прийти країна – конкурент ініціатора санкцій. Іншими послаблюючими факторами є можливості імпортозаміщення та контрсанкцій, ефект звикання в цільовій країні (перенаправлення торговельних потоків, знаходження нових союзників, мобілізація громадської думки), розвиток компенсуючих технологій (наприклад, енергозбереження), амбітність цілей санкцій (наприклад, зміна політичного режиму), величина економіки цільової країни, авторитарний лад у цільовій країні, традиційно напружені відносини із цільовою країною, поступовий характер посилення санкцій, втрати від санкцій у країні ініціаторі та третіх країнах, обмеженість торговельними санкціями (особливо експортними). Ринкові сили посилюють ефект фінансових санкцій, але послаблюють ефект торговельних.

Позитивні санкції несуть менші ризики репутаційних втрат для ініціатора санкцій та зменшують витрати від конфронтації. У випадку позитивних санкцій ризиком є витрати для цільової країни, необрання на наступний термін політиків-пропонентів співпраці із країною-донором, непередбачуваність і корумпованість правлячої еліти в країні-реципієнті, моральний ризик у країні-реципієнті, залежність від міжнародної допомоги, спотворення ринкових відносин й ефект відхилення торгівлі.

Незважаючи на недоліки, використання економічних санкцій може бути доцільним із таких міркувань. Країни – порушники правопорядку не мають функціонувати в рівних економічних умовах з іншими, що є сигналом для всіх країн. Припускаємо, що хоча ефективність санкцій відносно низька, співвідношення ціни (у т. ч. репутаційної) та якості в них краща ніж у силових акцій. Ефективність певних видів санкцій у визначеному колі конкретних обставин вища середньої. Економічні санкції можуть бути допоміжним інструментом або інструментом швидко-го застосування чи запобігання.

Економічна війна є формою вияву активного економічного суперництва з використанням жорстких економічних засобів за межами стандартної практики міжнародних економічних відносин. Вона є найрадикальнішим випадком застосування економічної сили. Інструментарій ведення економічних війн дале-

ко виходить за межі стандартних легітимних й оголошених засобів формально-правових санкцій. Для досягнення цілей в економічній війни держави можуть координувати свої дії із транснаціональними структурами та міжнародними організаціями, об'єднувати зусилля в межах інтеграційних блоків. Окремі засоби використовують у неявному вигляді, тому їх важко відрізнити від дії ринкових сил. Зважаючи на це специфічним видом економічної війни є геоекономічна війна, що має тривалий і менш явний характер.

Економічні війни можуть мати політичні, економічні, ідеологічні, екологічні чи соціальні причини. Наслідками економічних та геоекономічних війн можуть бути перерозподіл економічної сили, економічна експансія, перерозподіл світової ренти, економічні та фінансові кризи, економічна й управлінська залежність, монополізація, дезорганізація виробництва, деградація людського капіталу, розповсюдження економічної ідеології та стереотипів в інтересах країни – економічного агресора. Зважаючи на це від економічної війни може виграти одна сторона або програти обидві. Можливий також неоднозначний виграв чи програш кожної сторони (лише в частини союзників чи субнаціональних суб'єктів, коротко- чи довготерміновий).

Економічні війни за сферою охоплення поділяються на торговельні, фінансові, енергетичні, сировинні, науково-технічні, продовольчі, інвестиційні, екологічні, а із залученням неекономічних засобів можуть мати елементи дипломатичної, демографічної, організаційної, інформаційної, історичної, ціннісної війни, гонки озброєнь. За охопленням, тривалістю та інтенсивністю економічні війни можуть варіюватися від локальних, короткотермінових та помірних до глобальних, довготермінових і тотальних. Економічні війни можуть бути асиметричними (односторонні або взаємні, агресивні або захисні, експансіоністські або протекціоністські).

Торговельні суперечки є економічними конфліктами, які вирішуються у формально-правовому руслі. Однак країни з різною економічною вагою можуть одержати апріорі переваги чи гірші шанси у процесі розв'язання суперечок, незважаючи на правову обґрунтованість своєї позиції. На відміну від економік середньо-

го розміру та помірно великих економік, малі та найбільші країни мають більше можливостей використовувати субсидії або подібні заходи без ризику зіштовхнутися із заходами у відповідь на закордонних ринках. Однак малі країни мають більші питомі витрати на врегулювання торговельних суперечок, тому на практиці рідше вдаються до механізму їх розв'язання в межах СОТ і більш схильні приєднуватися до позовів, ніж їх ініціювати. Їм також складніше використовувати заходи у відповідь.

Розглянуті нами сфери використання економічної сили можуть по-різному оцінюватися. На нашу думку, терміни економічне суперництво й економічні санкції зазвичай несуть умовно позитивне смислове навантаження, економічна експансія і торговельні суперечки – умовно нейтральне, а економічний примус, експлуатація, економічна війна й агресія – негативне. Така оцінка може характеризувати ступінь легітимності використання економічної сили в зазначених сферах.

5.3. Економічна конфліктогенність відносин ЄС – Росія – Україна на початку XXI століття

Нерівномірність потенціалів економічної сили та величини економіки виявляється також в умовах економічного протистояння між державами та в дезінтеграційних процесах. Особливого значення ця проблема набуває для України, що традиційно зіштовхувалася з епізодами торговельних суперечок та обмежувальних заходів, а в новітній період наразилася на проблему політико-економічного тиску з боку Російської Федерації та фрагментацією своєї економіки в умовах порушення територіальної цілісності.

У цій главі ми маємо на меті охарактеризувати міжнародні економічні конфлікти на прикладі економічної складової сучасного протистояння в межах трикутника Захід (переважно найбільші економіки) – Російська Федерація (велика економіка) – Україна (середня економіка, відносно менша в межах трикутника): мотивація, засоби й ефекти для основних країн-учасниць та третіх країн і перспективи врегулювання конфлікту.

Економічні причини, наслідки та способи розв'язання асиметричного конфлікту в трикутнику Україна – Росія – Західні країни розглядалися, зокрема, такими дослідниками, як В. Будкін, Е. Вінокуров, М. Емерсон, С. Кулік, В. Сіденко, А. Спартак, П. Хавлік, І. Хаджинов, Б. Ческидов, О. Шаров, Л. Шинкарук, О. Шнирков, І. Юргенс, С. Якубовський, у колективних дослідженнях Oxford Economics, Інституту економічних досліджень і політичних консультацій за керівництва І. Бураковського та АО "АФ "Сергій Козьяков та Партнери". Проте загострення конфліктних процесів у трикутнику Захід – Росія – Україна у 2014–2016 рр. є відносно новим явищем, що має власні особливості та динаміку. Новітність зазначеної проблеми вимагає додаткового аналізу.

ЄС і ЄАЕС як конкуруючі та комплементарні інтеграційні проекти. Фундаментальною основою економічного протистояння у трикутнику Захід – Росія – Україна є існування конкуруючих інтеграційних атракторів – Західна Європа та Росія. ЄС і ЄАЕС часто розглядаються як конкуруючі інтеграційні об'єднання, особливо на території Східної Європи. Водночас обидва блоки можна розглядати також як комплементарні об'єднання, які можуть у ряді сценаріїв підвищувати ефективність один одного.

Зазвичай у теорії міжнародної інтеграції розглядають два основних ефекти від інтеграції:

- ефект створення торгівлі (позитивний для країн-учасниць);
- ефект відхилення торгівлі (негативний для споживачів у країнах-учасницях і для експортерів третіх країн).

Однак існує також ефект створення торгівлі відкритого блоку, коли його бенефіціарами є також треті країни внаслідок зниження витрат на вхід на ринок інтеграційного об'єднання завдяки гармонізації регулювання та усунення внутрішнього митного контролю, а також підвищенню платоспроможного попиту в ефективному інтеграційному блоці. У дослідженні, яке провели Т. Ейхер, К. Хенн і К. Папагеоргіу [370], переважна більшість розглянутих ними інтеграційних блоків мали для третіх країн чистий ефект створення торгівлі відкритого блоку, а не відхилення торгівлі.

В умовах формування мегарегіональних і міжрегіональних інтеграційних об'єднань, країни та блоки, що засновані на за-

критому регіоналізмі більшою мірою схильні до ризику ефекту відхилення торгівлі. Укладаючи інтеграційні угоди, ЄС ставав дедалі більш розгалуженим інтеграційним хабом (кластером) і в дедалі меншій мірі зіштовхується з подібним негативним ефектом. Подібну політику прагне реалізовувати також і ЄАЕС, але його інтеграційний кластер істотно менше розгалужений. З огляду на територіальну близькість для багатьох третіх країн (у т. ч. України) прагнення до перехресного членства в ЗВТ з ЄС, ЄАЕС та іншими блоками є природним процесом.

Зокрема, традиційно зовнішня торгівля України складалася із трьох близьких за величиною частин: торгівля із країнами СНД, ЄС та іншими країнами. У межах торгівлі із країнами СНД Україна мала взаємний преференційний режим на рівні вільної торгівлі. ЗВТ з ЄС забезпечує також преференційний доступ для іншої частини торгівлі України. Сама по собі вона не так створює, як ліквідує існуючий ефект відхилення торгівлі. З огляду на це, як зазначається в колективному дослідженні під керівництвом І. Бураковського, до 29 % експорту України у 2014–2015 рр. могло здійснюватися в режимі вільної торгівлі завдяки різним ЗВТ та 30 % завдяки автономному преференційному режиму ЄС [22, с. 36].

Ідеальною для України була б ситуація, коли комплекс ЗВТ охоплював би всіх її основних торговельних партнерів, включаючи ЄАЕС і ЄС, що також сприяло б нівелюванню ризиків політико-економічного протистояння. Реалістичним сценарієм, на думку М. Емерсона, могла б бути також помірно поглиблена ЗВТ між ЄС і ЄАЕС [372]. При цьому раніше самі російські політики стверджували про бажаність Єдиного європейського простору за участі Росії, ураховуючи її географічні, економічні, зовнішньополітичні та культурні особливості [286].

В. Сіденко у 2013 р. зазначав, що Пан'європейський економічний простір за участі ЄС, ЄАЕС та інших інтеграційних утворень регіону може бути системою, що охоплює взаємодоповнюючі, але не ідентичні національні та регіональні економіки та базується:

- на засадах лібералізації руху товарів, послуг, капіталу, робочої сили та знань;

- гармонізації регулювання зовнішньоекономічних зв'язків, зменшення рівня інституціональних відмінностей;
- реалізації інфраструктурних проектів спільної важливості.

Пан'європейський економічний простір міг би бути рішенням для України, тому що забезпечувалася би економічна інтеграція одночасно в західному та східному напрямках. Україна могла би брати активну роль у формуванні такого простору [521].

Традиційно одним зі стримуючих чинників на шляху створення ЗВТ між ЄАЕС і ЄС можна вважати структуру торгівлі й ефект тарифної ескалації. За інших рівних умов сировинні товари (у випадку Росії експорт енергоносіїв) зустрічаються з меншим рівнем тарифного протекціонізму, ніж готові товари з ЄС у митному союзі ЄАЕС, особливо з огляду на різницю у стартових тарифах. Це могло б змістити баланс виграшу від ЗВТ на користь ЄС. Однак як зауважує М. Емерсон, інтереси країни ширше поняття ніж доходи бюджету, вони охоплюють також інтереси споживачів та інвесторів щодо менших витрат на споживчі та інвестиційні товари [372]. Більше того, в умовах дешевих цін на нафту і девальвації цей стримуючий фактор став менш значущим. Навпаки, на користь ЄАЕС грає традиційний ефект більшого виграшу менших економік від торгової інтеграції.

Проте в теперішній час важливим стримуючим фактором є політико-економічна напруженість як мінімум по лініях Захід – Росія, Росія – Україна, Україна ("mainland"/материкова Україна²) – непідконтрольні території (Крим і райони проведення антитерористичної операції). В. Будкін зазначав, що до сучасного протистояння в Європі та СНД періодично існували торговельні війни, що мали локальний та галузевий характер. Нині до економічної війни залучені понад 50 країн із різних континентів та широкий спектр галузей, тому він визначає її як глобальну та багатогалузеву торговельну війну [30].

² В умовах відсутності сталої термінології ми використовуємо кальку з терміна "материковий Китай" (China mainland).

Засоби економічного протистояння. О. Шнирков виокремлює такі засоби гібридної економічної війни з боку Росії щодо України:

- дискримінація українських експортерів,
- фінансово-банківський контроль,
- намагання завищити ціни на газ (що призводило до збільшення заборгованості України),
- нові обмеження для працівників з України,
- розрив виробничих зв'язків,
- руйнування економіки Донбасу і фактична окупація,
- вимушене зростання витрат України на оборону внаслідок збройного протистояння [519].

О. Шнирков також наголошує, що ще в договорі про ЗВТ СНД від 2011 р. була прописана норма, яка фактично попереджала про можливість відновлення РНС (замість вільної торгівлі) у разі укладання Україною ЗВТ з ЄС і шкоди чи загрози шкоди промисловості країн Митного союзу [280].

На нашу думку, приклад економічної війни з Росією доводить, що Україні складніше ініціювати обмежувальні заходи проти Росії внаслідок того, що традиційно:

- залежність України від російського ринку була сильнішою, ніж Росії від українського;
- економіка України є більш відкритою і, відповідно, вразливішою до економічної дезінтеграції;
- тому Україна більше відчуватиме ефект від викривлення цін та скорочення торгівлі, ніж Росія;
- в умовах принаймні раніше високих цін на нафту Росія мала більший запас міцності;
- це могло би ще більше змотивувати на економічний тиск з боку Росії.

До того ж, як стверджують Г. Хафбауер, Дж. Шотт, К. Еліот та Б.Оутт, санкції зазвичай успішні проти малих країн (при цьому в їх вибірці медіанне співвідношення ВВП країни-ініціаторки та країни – об'єкта санкцій становило 105) [425, с.125]. Л. Беррес зазначає, що українська економіка більше залежить від російської, ніж навпаки. У 2013 р. Україна в кілька разів

більше залежала від торгівлі з Росією, ніж Росія. На його думку, заборона фінансування російських банків, експорту наукомісткого обладнання, штрафи за польоти в Крим й обмеження в'їзду російських артистів можуть мати лише мінімальний ефект [21].

З огляду на це, на нашу думку, запізнення з уведенням обмежувальних торговельних заходів з боку України має своє економічне обґрунтування. Проте зовсім інша ситуація, якщо заходи з боку України доповнюють колективні санкції з боку країн Заходу. У цьому разі співвідношення економічної ваги сторін грає не на користь Росії, хоча й Україна зазнає значних втрат, але співвідношення втрат й ефекту є меншими, ніж у випадку, якби обмежувачі заходи здійснювала лише Україна.

Санкції з боку західних країн (зокрема ЄС) до Росії передбачали:

- обмеження щодо участі в міжнародних організаціях (обмеження співпраці по лінії НАТО – Росія [30], проведення саміту G7 замість G8, призупинення переговорів щодо членства в ОЕСР та Міжнародному енергетичному агентстві);
- заморожування активів / заборона видачі віз ключовим особам й установам, відповідальним за порушення територіальної цілісності України або підтримуючих їх, конфіскованим установам у Криму та Севастополі (згідно з переліком);
- заборона зовнішньоекономічних зв'язків із Кримом та Севастополем: імпорту товарів (якщо тільки вони не мають українських сертифікатів про походження), інвестування (у шести галузях: транспорт, інфраструктура, телекомунікації, енергетика, мінеральні ресурси), туристичних послуг (у т. ч. заходження круїзних суден);
- заборона технічної допомоги, будівельних, інжинірингових послуг у певних секторах;
- заборона на торгівлю (та допомогу в емісії) новими цінними паперами та надання кредитів зі строковістю понад 30 днів для основних державних банків, енергетичних й оборонно-промислових компаній Росії чи їх дочірніх компаній;
- заборона на торгівлю зброєю з Росією, експорт товарів подвійного призначення;

- обмеження експорту певних видів обладнання, послуг і технологій для енергетичного сектора Росії;
- обмеження операцій Європейських банків розвитку в Росії, програм двосторонньої та регіональної співпраці з Росією [208, 374].

Перші секторальні санкції США впровадили в липні 2014 р. щодо оборонної, сировинної промисловості та банків Росії (замороження активів або заборона кредитування на понад 90 днів, а потім 30 днів). Схожі санкції були введені щодо Криму [208]. США також вдалися до таких заходів:

- виключення Росії із переліку перехідних економік, що мають пільговий доступ на ринок США;
- відмова США підтримувати проекти Світового банку в Росії;
- припинення операцій віза та мастеркард із картками ключових банків Росії [30].

Однак щодо досягнення політичних цілей і західні санкції дали обмежений ефект. О. Шаров вважає, що причинами цього є:

- обмежене коло фізичних і юридичних осіб та секторів економіки – об'єктів санкцій;
- взаємозалежність Росії та країн – ініціаторів санкцій;
- політичні й ідеологічні засоби впливу Росії для обмеження санкцій;
- оголошення неготовності західними країнами військових та інших неекономічних засобів впливу.

Підвищення ефективності санкцій очікується по мірі їх продовження [268]. В. Будкін також зауважує про відсутність єдності в ЄС щодо підтримання санкцій [30].

Росія в серпні 2014 р. ухвалила рішення про заборону імпорту із країн – ініціаторів санкцій проти Росії ряду товарів харчової та легкої промисловості. Передбачалися заходи щодо обмеження доступу до повітряного простору [30].

Аналіз мотивації політико-економічного тиску з боку Росії. Середня економіка України на багатьох ринках перебуває в несприятливому діапазоні, оскільки вона достатньо мала, щоб інші країни не побоювалися упроваджувати обмежуючі заходи проти України, але недостатньо мала, щоб не створювати стимули для заходів захисту торгівлі на ринку основних торговель-

них партнерів. Це частково пояснює активний економічний тиск із боку Росії на Україну. Сама ж Україна традиційно мала стимули для впровадження заходів захисту торгівлі внаслідок більшої впливовості бізнес-груп, а не споживачів. Відповідно, є об'єктивні передумови для виникнення економічних конфліктів, а відносно невеликий розмір економіки, особливо в умовах економічної кризи, робить відносні витрати на суперечки високими. Навіть за формальної обґрунтованості Україні складніше впроваджувати санкції та заходи у відповідь проти більших країн.

О. Шнирков звертає увагу на активний тиск Росії щодо недопущення або відстрочення набрання чинності Угоди про асоціацію між Україною та ЄС. Формальним приводом занепокоєння Росії були такі:

- заповнення російського ринку європейськими товарами транзитом через Україну;
- заповнення російського ринку українськими товарами, які не витримують конкурентного тиску з імпортом з ЄС;
- упровадження технічних регламентів ЄС в Україні порушить традиційні торговельні відносини з Росією;
- ерозія конкурентоспроможності російських експортерів на ринку України;
- позбавлення України частини економічного суверенітету на користь ЄС;
- неможливість приєднання України до митного союзу ЄАЕС [519].

Попередні оцінки щодо втрат російських експортерів від ЗВТ Україна – ЄС оцінювалися у дослідженні Oxford Economics: посилення конкуренції для російських фірм на ринках України та ЄС, зміна напряму експорту України та потоків капіталу. Проте єдиною важливою галуззю, яка б зіштовхнулася з підвищеною конкуренцією в ЄС є металургія. Чутливі складові становили лише 5 % російського експорту в Україну [544]. Зростання конкуренції для російської економіки не мало би бути значним, до того ж російські компанії, що мають виробництво в Україні, можуть скористатися перевагами поліпшеного доступу на ринок ЄС [280].

На нашу думку, фактично декларована критика Угоди про Асоціацію України з ЄС з боку Росії базувалася переважно на

побоюванні ефекту відхилення торгівлі, через який міг би постраждати російський виробник. Дійсно, цей ефект може мати місце, але в обмежених масштабах, і міг би відносно легко бути компенсований за рахунок потенційної ЗВТ між ЄАЕС і ЄС, інвестицій у модернізацію, гармонізації або взаємного визнання у сфері технічного регулювання, зростання платоспроможного попиту на експортних ринках України та ЄС.

Що стосується побоювань імпорту в Росію європейських товарів без мита з невеликим ступенем переробки в Україні, то ключовим рішенням є правила походження товарів [519]. А якщо є побоювання з приводу гіпотетичних спотворень у сертифікатах про походження товарів, на нашу думку, може використовуватися страхувальний механізм, подібний прописаному в Угоді про асоціацію між Україною та ЄС, що в такому випадку преференційний режим щодо тих товарів, які викликали обґрунтовані питання за фактом перевищення обсягів експорту звичайного рівня виробництва й експортного потенціалу, може бути тимчасово призупинено (а не для всіх чи широкого спектра товарів) [306]. Більш того, існуюча частка імпортних компонентів і сировини у виробництві експортних товарів України де-факто була невеликою (близько 16 % принаймні у 2013 [22, с. 29]).

Далі ми розглянемо наступні дві можливі мотивації для Росії для протидії реалізації ЗВТ України з ЄС [519]. Перша – це можливість збільшення конкурентного тиску українського експорту в ЄС на російський експорт у ЄС внаслідок поліпшеного доступу на ринок ЄС для України в межах автономного преференційного режиму торгівлі, а потім у межах ЗВТ (конкуренція на ринку ЄС). Другий – це можливість збільшення конкурентного тиску експорту ЄС в Україні на російський експорт в Україну внаслідок поліпшеного доступу на ринок України для ЄС в межах ЗВТ (конкуренція на українському ринку). Перша мотивація – це можливий ефект відхилення торгівлі внаслідок ЗВТ Україна – ЄС, а друга – це зменшення існуючого ефекту відхилення торгівлі в межах ЗВТ СНД.

Для того щоб оцінити можливість такої мотивації, поперше, ми порівнюємо торгові структури двостороннього експорту всіх трьох економік. Ми використовуємо статистичні дані ЮНКТАД (торговельна матриця торгівлі товарами в розрізі продуктів) [563]. На момент дослідження останні доступні

дані були у 2013 р. Проте незважаючи на запізнення в публікації цієї інформації, використання даних у 2013 р. в нашому дослідженні має перевагу – вона відображає обсяг і структуру торгівлі під час неконфронтаційного періоду, який існував до нестабільності у взаємній міжнародних відносинах у 2014–2016 рр. Ці обсяги торгівлі все ще можуть бути досягнені в майбутньому за оптимістичного сценарію.

Ми використовуємо таку формулу для оцінки структурної відмінності експорту (а отже, слабкості взаємної конкуренції експортерів) або його структурної схожості (тоді існує загроза, що ЗВТ Україна – ЄС може збільшити конкурентний тиск на російський експорт):

$$IESD = \Sigma abs(S_{ia} - S_{ib}) / 200\% \quad (5.1)$$

де *IESD* – індекс структурної відмінності експорту, % (0 % означає, що структури експорту двох країн (економік) у третю абсолютно аналогічні, 100 % означає, що вони абсолютно різні); *S_{ia}* – частка групи товарів *i* в експорті країни *a* у третю країну; *S_{ib}* – частка групи товарів *i* в експорті країни *b* у третю країну.

Результати наших розрахунків доводять, що збільшення конкурентного тиску на російський експорт є досить низьким. *IESD* для українського і російського експорту в ЄС становить 86 %. А оскільки ми використовували для наших розрахунків дані для 255 груп товарів замість даних щодо конкретних окремих товарів, то справжнє значення *IESD*, розраховане за точнішим методом має бути більшим, ніж 86 %. Таким чином, максимум 1/7 російського експорту в ЄС може зіштовхнутися з посиленням конкуренції з боку українського експорту. *IESD* для експорту ЄС і Росії в Україну становить 65 %. У цьому випадку збільшення конкурентного тиску дещо більше, але принаймні 2/3 російського експорту в Україну не відчуває конкуренції з боку експортерів ЄС. Ще раз наголосимо, що це максимальні оцінки загрози для російських експортерів, оскільки ми не врахували існуючі тарифи, які усуваються у взаємній торгівлі між ЄС й Україною. У деяких випадках тарифи вже були 0 % або близько до 0 %, у таких випадках ЄС й Україна не надають преференції один одному в межах ЗВТ.

Далі ми визначаємо найчутливіші галузі російської економіки, що можуть зіштовхнутися з підвищенням конкурентного тиску. Таблиця 5.6 показує галузеві складові російського експорту у країни ЄС, які, імовірно, можуть бути чутливі до реалізації ЗВТ ЄС – Україна. Ми використали два критерії для вибору таких галузей:

- вартість експорту принаймні 100 млн дол (інакше експорт такого продукту є занадто малим, щоб впливати на стратегічні політичні рішення);
- відношення частки України в імпорті ЄС до частки Росії в імпорті ЄС становить щонайменше 0,3 (в іншому випадку Україна або не є конкурентом або є незначним конкурентом російським експортерам).

Таблиця 5.6. Експорт Росії та України в ЄС і тарифні преференції в ЄС для України

Чутливі товарні групи	Експорт із Росії в ЄС, млн дол, 2013 р.	Частка в експорті Росії до ЄС, %, 2013 р.	Частка Росії в імпорті ЄС, %, 2013 р.	Частка України в імпорті ЄС, %, 2013 р.	Імпортний тариф РНС в ЄС, %, 2014 р.
044. Необроблена кукурудза (Maize (not including sweet corn), unmilled)	117	0,04	3,5	56,9	0 або Non-AV, TQ
081. Корми для тварин (Feeding stuff for animals (no unmilled cereals))	584	0,21	3,9	3,9	0-12 або Non-AV
247. Необроблена деревина (Wood in the rough or roughly squared)	400	0,14	34,2	11,3	0-10
248. Деревина первинної обробки та залізничні шпали (Wood simply worked, and railway sleepers of wood)	717	0,26	20,7	6,2	
281. Залізна руда і концентрат (Iron ore and concentrates)	1013	0,37	6,2	10,3	0
351. Електроенергія (Electric current)	413	0,15	13,7	11,1	0

Закінчення табл. 5.6

Чутливі товарні групи	Експорт із Росії в ЄС, млн дол., 2013 р.	Частка в експорті Росії до ЄС, %, 2013 р.	Частка Росії в імпорті ЄС, %, 2013 р.	Частка України в імпорті ЄС, %, 2013 р.	Імпортний тариф РНС в ЄС, %, 2014 р.
421. Необроблена очищена рослинна олія (Fixed vegetable fats & oils, crude, refined, fractio...)	594	0,21	22,3	22,6	0-16 або Non-AV
611. Шкіра (Leather)	161	0,06	4,1	2,6	0-6,5
671. Чавун у чушках, шпигель, губчасте залізо, порошок або гранули (Pig iron & spiegeleisen, sponge iron, powder & granu...)	1701	0,61	17,3	9,7	0-2,2
672. Залізні злитки, первинні форми (Ingots, primary forms, of iron or steel; semi-finis...)	1668	0,60	37,4	45,9	0
673. Листопрокатне залізо не покрите (Flat-rolled prod., iron, non-alloy steel, not coated)	1479	0,53	27,6	18,7	0
676. Залізні бруски, прути, кути тощо (Iron & steel bars, rods, angles, shapes & sections)	633	0,23	14,4	7,9	0
679. Залізні труби та порожнисті профілі, арматура (Tubes, pipes & hollow profiles, fittings, iron, steel)	107	0,04	2,0	4,7	0-3,7
778. Інші електричні машини та механізми (Electrical machinery & apparatus, n.e.s.)	188	0,07	0,6	0,4	0-14
791. Залізничний транспорт і обладнання (Railway vehicles & associated equipment)	165	0,06	8,2	7,1	0-3,7

Примітка: Non-AV – специфічне мито, TQ – тарифна квота згідно з Угодою про асоціацію України з ЄС.

Джерело: складено або розраховано автором за даними [306, 538, 563].

Ми бачимо, що тільки 15 груп продуктів із 255 можна розглядати як політично значущі, а їх загальна частка в російському експорті в ЄС становить усього 3,6 %. Проте ми також повинні враховувати абсолютні частки експорту Росії й України в імпорті ЄС та імпорتنі тарифи РНС в ЄС, які усуваються або зменшуються в межах автономного преференційного торгового режиму або ЗВТ. Щодо тарифів РНС ми використовуємо дані СОТ [538]. Ми також використовуємо дані дод. 1-А Угоди про асоціацію України з ЄС [306], якщо потрібно подати додаткові деталі (тарифні квоти, специфічні тарифи або неповне скасування тарифів). Оскільки ми не маємо даних щодо торгівлі конкретними товарами, то ми не можемо обчислити середньозважені тарифи. З огляду на це ми зазначаємо діапазон, використовуючи мінімальні та максимальні тарифи за групою товарів.

Якщо ми далі не беремо до уваги групу товарів Інші електричні машини та механізми (частка експорту й України та Росії в імпорті ЄС становить менше 1 %), а також ті групи товарів, де тарифи РНС становлять 0 %, то залишаться тільки дев'ять груп товарів, на які припадає лише 1,6 % російського експорту в ЄС. Це кукурудза, корми для тварин, деякі вироби з деревини, рослинні олії, шкіра, деякі залізні вироби, а також залізничний транспорт й обладнання. Якщо врахувати тарифні преференції згідно із ЗВТ, прямі втрати для восьми галузей промисловості Росії (ми не враховуємо кукурудзу внаслідок тарифної квоти) оцінюються від 0 до 324 млн дол. Навіть якщо ми додаємо невеликі групи експорту, які ми не врахували, то можливий негативний ефект від конкурентного тиску на російський експорт у ЄС становив би від кількох десятків до кількох сотень мільйонів доларів, що набагато менше, ніж втрати від міжнародного політичного протистояння.

ЗВТ Україна – ЄС не встановлює додаткові нетарифні бар'єри для російського експорту в ЄС, оскільки існуючий російський експорт у ЄС уже задовольняє технічні й інші норми нетарифного регулювання і це Україна гармонізує свої норми з ЄС, а не навпаки.

Ми використали аналогічну методику для визначення галузевих складових російського експорту в Україну, які можуть бути

чутливі до ЗВТ Україна – ЄС (див. табл. 5.7). У цьому випадку ми бачимо, що тільки 18 груп продуктів із 255 можна розглядати як політично значущі, але їх загальна частка в російському експорті в Україну є більшою (18,9 %). Якщо не брати до уваги ті групи товарів, де тарифи РНС становлять 0 %, то залишаться 15 груп товарів, на які припадає 16,8 % російського експорту в Україну. Це, насамперед, нафта або бітумні матеріали (8 % експорту), а також шоколад, тютюнові вироби, парфумерія, полімери з етилену, гумові покриття, деякі будівельні матеріали, деякі металеві вироби, окремі види продукції машинобудування (їх експорт становив 3,9 млрд дол).

Таблиця 5.7. Експорт із Росії та ЄС в Україну та тарифні преференції для ЄС в Україні

Чутливі товарні групи	Експорт із Росії до України, млн дол, 2013 р.	Частка в експорті Росії до України, %, 2013 р.	Частка Росії в імпорті України, %, 2013 р.	Частка ЄС в імпорті України, %, 2013 р.	Імпортний тариф РНС в Україні, %, 2014 р.
073. Шоколад та інші вироби з какао (Chocolate, food preparations with cocoa, n.e.s.)	121	0,52	59,5	36,0	5–15, деякі – 20 %, АА – скорочення впродовж п'яти років
122. Оброблений тютюн (Tobacco, manufactured)	105	0,45	58,9	21,0	10–20 або Non-AV
334. Нафта або бітумні матеріали (Petroleum oils or bituminous minerals > 70 % oil)	1859	8,00	29,0	30,5	0–10
553. Парфумерія, косметика тощо, крім мила (Perfumery, cosmetics or toilet prepar. (excluding soaps))	217	0,93	26,1	60,6	6,5

Продовження табл. 5.7

Чутливі товарні групи	Експорт із Росії до України, млн дол, 2013 р.	Частка в експорті Росії до України, %, 2013 р.	Частка Росії в імпорті України, %, 2013 р.	Частка ЄС в імпорті України, %, 2013 р.	Імпортний тариф РНС в Україні, %, 2014 р.
571. Полімери з етилену в первинних формах (Polymers of ethylene, in primary forms)	136	0,58	23,2	35,6	0–5
625. Гумові покришки, протектори та камери (Rubber tyres, tyre treads or flaps & inner tubes)	150	0,65	26,5	23,2	0–10
641. Папір і картон (Paper and paperboard)	228	0,98	20,5	67,3	0
661. Вапно, цемент, вироблені будівельні матеріали крім скла та глини (Lime, cement, fabrica. constr. mat. (excluding glass, clay))	110	0,47	58,0	22,9	Переважаю 2–10
671. Чавун у чушках, шпигель, губчасте залізо, порошок або гранули (Pig iron & spiegeleisen, sponge iron, powder & granu...)	104	0,45	29,3	9,3	5
675. Листопрокатні продукти з легованої сталі (Flat-rolled products of alloy steel)	151	0,65	27,5	13,9	0
684. Алюміній (Aluminium)	129	0,55	37,8	35,0	0
699. Інші вироби з недорогоцінних металів (Manufactures of base metal, n.e.s.)	236	1,01	29,5	43,0	Переважаю 0-10
716. Роторні електрогенератори та частини (Rotating electric plant & parts thereof, n.e.s.)	161	0,69	38,8	36,2	Переважаю 0–10
772. Пристрої для електричних схем, електрощити, панелі (Apparatus for electrical circuits; board, panels)	106	0,45	13,1	60,3	

Закінчення табл. 5.7

Чутливі товарні групи	Експорт із Росії до України, млн дол, 2013 р.	Частка в експорті Росії до України, %, 2013 р.	Частка Росії в імпорті України, %, 2013 р.	Частка ЄС в імпорті України, %, 2013 р.	Імпортний тариф РНС в Україні, %, 2014 р.
775. Інше побутове обладнання (Household type equipment, electrical or not, n.e.s.)	113	0,49	11,4	34,1	
781. Пасажирський автотранспорт (Motor vehicles for the transport of persons)	221	0,95	7,4	47,3	5–20
784. Частини й обладнання для автотранспорту та тракторів (Parts & accessories of vehicles of 722, 781, 782, 783)	100	0,43	14,6	47,2	0–10
791. Залізничний транспорт й обладнання (Railway vehicles & associated equipment)	158	0,68	47,0	24,6	0–10

Примітка: Non-AV – специфічне мито, AA – згідно з Угодою про асоціацію України з ЄС.

Джерело: складено або розраховано автором за даними [306, 538, 563].

Якщо розрахувати тарифні преференції в межах ЗВТ Україна – ЄС, прямі втрати для 15 галузей Росії оцінюють від 40 до 400 млн дол. Навіть якщо ми додамо невеликі групи експорту, які ми не врахували, то можливий негативний ефект від конкурентного тиску на російський експорт в Україні також становив би від кількох десятків до кількох сотень мільйонів доларів.

Ми повинні враховувати, що у випадку експорту в Україну можуть виникнути також нові нетарифні бар'єри внаслідок ЗВТ Україна – ЄС, а ефект від них важче передбачити. Однак ми можемо оцінити максимальну вразливість російського експорту

конкретних груп товарів в Україну шляхом розрахунку співвідношення вартості російського експорту в Україну та вартості російського експорту в ЄС.

Припускаємо: якщо коефіцієнт перевищує 1, то російські експортери, імовірно, уникали суворіших технічних регламентів ЄС шляхом експорту переважно до таких країн, як Україна, де технічні регламенти відрізняються (перш ніж вона приєднується до технічних вимог ЄС). Ми також розглядаємо тільки основні групи експорту продукції (понад 100 млн дол).

У табл. 5.8 представлено інформацію про потенційно чутливі галузеві складові російського експорту в Україну до змін нетарифного регулювання в Україні згідно з Угодою про асоціацію з ЄС. Загальна вартість такого експорту у 2013 р. становила 2,3 млрд дол, тобто 10 % російського експорту в Україну. Якщо застосувати суворішу умову (відношення 2), але розглядати всі групи продуктів, незалежно від вартості їх експорту, то вартість потенційно чутливих галузей становитиме 2,7 млрд дол або 11,6 % російського експорту в Україну. Таким чином, за приблизними оцінками, тільки кожна 1/9 частина російського експорту в Україну може бути уразлива через необхідність дотримання нових правил нетарифного регулювання. Це є верхньою оцінкою можливих втрат від ЗВТ Україна – ЄС, ураховуючи, що інвестиції для адаптації до нових правил мають бути меншими. При цьому частка України в загальному обсязі експорту з Росії становила лише 4,5 % у 2013 р. і знизилася до 3,4 % у 2014 р. [354].

Штучність ефекту відхилення торгівлі. Далі ми порівняємо розрахований ефект для російських експортерів від ЗВТ Україна – ЄС із фактичними втратами Росії від протистояння в міжнародних відносинах. Усі учасники конфлікту несуть від цього втрати. При цьому з урахуванням ефекту масштабу в кожній парі учасників (Захід – Росія, Росія – Україна, материкова Україна – непідконтрольні території) відносно менші учасники несуть непропорційно більші витрати, серед них:

- трансформаційні (внаслідок зміни регулювання і перенаправлення торгових потоків);
- транзакційні (збільшення формальних і неформальних торговельних бар'єрів).

Таблиця 5.8. Експорт із Росії до ЄС та України

Чутливі товарні групи	Експорт із Росії до ЄС, млн дол, 2013 р.	Експорт із Росії до України, млн дол, 2013 р.	Коефіцієнт: експорт із Росії до України / експорт із Росії до ЄС
073. Шоколад та інші вироби з какао (Chocolate, food preparations with cocoa, n.e.s.)	22	121	5,6
122. Оброблений тютюн (Tobacco, manufactured)	3	105	38,7
553. Парфумерія, косметика тощо, крім мила (Perfumery, cosmetics or toilet prepar. (excluding soaps))	57	217	3,8
571. Полімери з етилену в первинних формах (Polymers of ethylene, in primary forms)	112	136	1,2
661. Вапно, цемент, вироблені будівельні матеріали, крім скла та глини (Lime, cement, fabrica. constr. mat. (excluding glass, clay))	57	110	1,9
716. Роторні електрогенератори та частини (Rotating electric plant & parts thereof, n.e.s.)	47	161	3,4
718. Інше обладнання і частини для генерації електроенергії (Other power generating machinery & parts, n.e.s.)	595	619	1,04
761. Телевізори (Television receivers, whether or not combined)	7	324	48,4
772. Пристрої для електричних схем, електрощити, панелі (Apparatus for electrical circuits; board, panels)	60	106	1,8
775. Інше побутове обладнання (Household type equipment, electrical or not, n.e.s.)	43	113	2,6
781. Пасажирський автотранспорт (Motor vehicles for the transport of persons)	31	221	7,2
784. Частини й обладнання для автотранспорту та тракторів (Parts & accessories of vehicles of 722, 781, 782, 783)	73	100	1,4

Джерело: складено або розраховано автором за даними [563].

Це пояснює існуючий штучний ефект відхилення торгівлі внаслідок обмежувальних заходів у сфері торгівлі та фінансів (фактично економічної дезінтеграції), а також невизначеності. Цей ефект може і не компенсуватися ефектом створення торгівлі від інтеграції в іншому напрямі в середньотерміновій перспективі (для України – асоціація з ЄС та ЗВТ із третіми країнами, для ЄАЕС – розширення та ЗВТ із третіми країнами).

Економічні втрати України. Як менша економіка Україна зазнає більших втрат у відносному вимірі. Попередні оцінки щодо втрат від протистояння висловлювали ряд дослідників. У 2013 р. О. Шнирков зазначав, що позитивні наслідки від ЗВТ Україна – ЄС не компенсують обмежувальні торговельні заходи Росії (основним із яких могло бути підвищення ціни на газ) протягом трьох-чотирьох перших років [279]. З огляду на це позитивний ефект від ЗВТ Україна – ЄС для України буде значно меншим, при цьому зміниться й галузева структура зазначених ефектів: відбуватиметься перерозподіл ресурсів із видобувної промисловості та машинобудування на користь текстильної та харчової промисловості [280].

П. Хавлік зауважував: якщо Росія використовуватиме торговельні бар'єри проти України, то постраждає насамперед машинобудування, що переважно розташоване на сході України [417]. Л. Шинкарук у 2014 р. прогнозувала такі втрати України внаслідок торговельних конфліктів із Росією: скорочення експорту на 4,6 млрд дол, імпорту на 2,1 млрд дол. Залежно від реакції уряду України зміна ВВП могла становити від –0,8 до –0,5 %, нагромадження капіталу від –1,2 до 0,7 %, торговельного сальдо від –2,7 до –1,3 млрд дол [277]. У 2014 р. С. Кулік, А. Спартак, Е. Вінокуров та І. Юргенс стверджували, що при подальшому погіршенні відносин з Росією та ЄАЕС, втрати України можуть досягнути 33 млрд на рік у найближчі роки [444].

Уже постфактум ми можемо сказати, що важка економічна ситуація в Україні у 2014–2015 рр. значною мірою була викликана з боку дискримінаційних економічних заходів та військово-політичного тиску і втручання Росії поряд із накопиченими внутрішніми економічними та політичними проблемами. Скорочення ВВП України становило 6,5 і 9,9 % у 2014–2015 рр. Інфляція вна-

слідок девальвації гривні зросла до 25 і 43 %. Безробіття збільшилося до 9,5 %. Хоча внаслідок девальвації дефіцит поточного рахунку платіжного балансу майже зник у 2015 р. [577].

Україна сумарно за кілька років втратила 98 млрд дол. значною мірою внаслідок обмежувальних заходів з боку Росії [556, с. 10]. Із 2016 р. вже тільки 42 % експорту України може здійснюватися в режимі вільної торгівлі завдяки інтеграційним угодам, але в умовах нових торгових обмежень з боку Росії. Особливо чутливі до цього український експорт сільського господарства, металургії та машинобудування [22, с. 36, 42]. Статистичні дані ЮНКТАД за 2014 р. підтверджують це. Скорочення експорту України в Росію переважно відбувалося за рахунок таких товарів: залізничний транспорт й обладнання; окремі види виробів із чавуну та сталі; твердий і м'який сири; шоколад й інші вироби з какао [563].

Що стосується територій України, не підконтрольних центральному уряду, вони є де-факто окремими малими економіками. Фактично, ідеться про дезінтеграцію цих регіонів із материковою Україною, з огляду на визначення цього явища в С. Якубовсько-го: "послаблення міжрегіональних економічних зв'язків внаслідок посилення замкнутості регіональних господарських комплексів або ж збільшення ролі зовнішньоекономічних зв'язків, що заміняють міжрегіональні зв'язки всередині країни" [288]. Внаслідок військово-політичних ризиків самостійно ці території у кращому випадку можуть використовувати стратегію малих економік MIRAB (міграція, перекази, допомога і бюрократія – термін із [310]), а не стратегії успішних малих економік, заснованих на туризмі, фінансах, нішевому виробництві, транспорті, ресурсному менеджменті, перевагах громадянства і резидентства. Відсутність надійних статистичних даних не дозволяє провести точний аналіз економічних ефектів у цьому випадку.

Економічні втрати Російської Федерації. Експерти Вищої школи економіки та Центрального банку Росії оцінювали втрати від санкцій щодо Росії у 170 млрд дол упродовж трьох років (3 % ВВП). А. Кудрін порівнював втрати Росії від санкцій із витратами на Олімпіаду в Сочі: принаймні 200 млрд дол упродовж двох-трьох

років. А. Спілімберго, голова місії МВФ у Росії, визначав втрати внаслідок санкцій у розмірі 0,5 % ВВП у 2015 р. [227].

Оцінки Міністерства фінансів втрат Росії становили 40 млрд дол від санкцій та 90–100 млрд дол від падіння цін на нафту. Єврокомісія оцінювала втрати Росії від санкцій у 0,6 в. п. економічного зростання у 2014 р. та 1,1 в. п. у 2015 р. Б. Босворт стверджував, що санкції підірвали фінансування російського банківського сектору, надходження коштів і технологій у межах прямих інвестицій. За даними Dealogic, кількість коштів, які залучили російські емітенти на міжнародних ринках облігацій, знизилася із 53 млрд дол у 2013 р. до 9,5 млрд дол у 2014 р., а акцій – із 10,3 до 1,9 млрд дол [205].

І. Хаджинов зауважував, що геополітична напруженість і секторальні санкції проти Росії мають призвести до зменшення інвестицій та їх виведення з Росії, а обмежувальні торговельні заходи самої Росії призведуть до зростання інфляції [223]. Б. Ческидов зазначав у 2014 р., що найбільший ефект на російську економіку здійснюють фінансові санкції з боку ряду розвинених країн, лише сам цей факт уже знизив інвестиційну привабливість Росії, що ускладнило також рефінансування існуючих боргів. Фінансові санкції вплинули на майже 90 % нафтового сектора Росії. Санкції призвели до недовіри до економіки Росії як в іноземних, так і внутрішніх інвесторів. Це викликало вплив капіталу, девальвацію рубля та зростання цін. Ефект санкцій був доповнений необхідністю зростання витрат на фінансування Криму та Севастополя, оборони й імпортозаміщення [234]. З огляду на дані РБК daily, ми можемо зазначити, що в першій половині 2015 р. експорт із Росії в Україну впав більше ніж імпорт з України як у відносному, так і в абсолютному розмірі [211].

За нашими розрахунками, втрати Росії від звуження ринку в Україні (значною мірою внаслідок тиску з боку самої ж Росії) охоплюють зниження експорту тільки в Україні "mainland" порівняно із 2013 р. на 9 млрд дол і погіршення сальдо торгового балансу на 6 млрд дол уже у 2014 р. і 13 і 7 млрд дол у 2015 р. (розраховано за даними [63]).

При розрахунку цих даних ми враховували фактор порушення територіальної цілісності. Незважаючи на те, що зараз стати-

стичні дані вже подають без Криму і Севастополя (й у 2015 також без зони проведення АТО), деяка несумісність при порівнянні різних періодів часу залишається. У 2013 р. Донецька та Луганська обл. мали 5,3 і 2,4 % від загального обсягу імпорту України, відповідно. Нині тільки частина зазначених регіонів перебуває під контролем українського уряду, з іншого боку, на Київ формально припадало 34,7 % українського імпорту, але де-факто його частина була призначена і для інших регіонів. Також статистика за регіонами України подається без деталізації експорту або імпорту щодо країн-партнерів. Таким чином, ми враховуємо поправку на територіальний фактор лише приблизно.

Зауважимо, що згадані втрати Росії – це не втрати від Угоди про асоціацію України з ЄС, оскільки частковий режим вільної торгівлі з боку України для ЄС почав діяти лише з 2016 р. Інакше кажучи, тільки втрати на ринку України внаслідок власного тиску в рази перевищують оцінені втрати російських виробників внаслідок Угоди про асоціацію України з ЄС. Крім того, наші оцінки останніх із базою порівняння у 2013 р. є верхньою межею, оскільки фактичні втрати Росії безпосередньо від Угоди про асоціацію є меншими внаслідок суттєвого зменшення експорту з Росії до набрання чинності ЗВТ України з ЄС у 2016 р.

Крім погіршення іміджу Росії, торгових конфліктів, руйнування інфраструктури, зниження купівельної спроможності населення, одним із механізмів передачі внутрішніх проблем і зовнішніх факторів у зменшенні російського експорту в Україну є девальвація гривні (це підвищує цінову конкурентоспроможність українського експорту на ринку ЄС і Росії та зменшує її у російських експортерів на ринку України). Ми розрахували динаміку двостороннього реального обмінного курсу української гривні щодо російського рубля. У січні 2014 р. – квітні 2015 р. цей обмінний курс знизився на 14 % (номінальна девальвація була набагато більшою, але вищий рівень інфляції в Україні частково компенсував це). Це в кілька разів більше ефекту від тарифних преференцій для експортерів України або ЄС у їх взаємній торгівлі. До цього можна додати здешевлення вартості робочої сили. Однак ми маємо визнати, що ефект девальвації гривні може мати тільки середньотерміновий ефект. Зокрема,

реальна девальвація гривні до рубля з грудня 2013 р. по травень 2016 р. становила вже лише 9 %, але це також перевищувало ефект тарифних преференцій [63, 148, 214]).

У галузевому розрізі, як показують статистичні дані ЮНКТАД за 2014 р., скорочення експорту Росії в Україну переважно відбувалося за рахунок окремих видів енергоносіїв, продуктів хімічної промисловості та суднобудування [563].

Однак основних втрат Росія зазнала в умовах дії санкцій з боку західних країн, зниження цін на енергоносії та підвищення витрат на оборону й окуповані території. Зростання ВВП у 2014 р. уповільнилося до 0,7 %, а у 2015 р. стало від'ємним (-3,7 %). Інфляція у 2015 р. зросла до 13 %. Дефіцит бюджету збільшився до 3,5 %. Хоча профіцит поточного рахунку платіжного балансу збільшився до 5 % ВВП внаслідок девальвації рубля та скорочення імпорту [577]. Упровадження санкцій призвело до погіршення інвестиційних рейтингів Росії [30]. У підсумку, сукупні фактичні втрати Росії на два порядки вищі потенційних втрат від ЗВТ України з ЄС.

Крім прямих втрат ринків, Росія зазнала суттєвих іміджевих втрат як надійний і передбачуваний партнер. Як ми бачимо з наших розрахунків у главі 3.2 оцінки іміджу Росії в різних країнах традиційно безпосередньо корелювали із двосторонніми торговельними й інвестиційними зв'язками з Росією (кореляція близько 0,6 – розрахована за даними [546]). Зважаючи на це є підстави вважати, що дезінтеграція та іміджеві втрати можуть взаємно підживлювати один одного.

Також у главі 3.3 за допомогою вебометричного підходу ми розрахували співвідношення частоти використання в англomовному сегменті Інтернету (використовуючи пошуковий сервіс Google [403]) виразів "економічне співробітництво" до виразів "торговельна суперечка", "економні санкції", "економічна війна" в одному реченні з найменуванням країни станом на 2015 р. Співвідношення для Росії та України було практично однаковим і становило 3/4 від рівня показника Німеччини та близько половини показника Польщі та Туреччини. Усе це показує, що для Росії рішення про торговельно-економічну війну не має достатньо економічних обґрунтувань [519].

Економічні втрати інших країн ЄАЕС. Інші країни ЄАЕС також зазнали непрямих втрат внаслідок звуження ринку традиційно важливих торговельних партнерів. Наприклад, втрати Білорусі від звуження ринку в Україні полягають у зниженні експорту в (материкову) Україну на 850 млн дол або погіршення сальдо торгового балансу на 170 млн дол у 2015 р. порівняно із 2013 р. після тимчасових позитивних тенденцій у 2014 р. Казахстан скоротив щорічний експорт в Україну на 230 млн дол, але сальдо двостороннього торгового балансу поліпшилося на 370 і 710 млн дол у 2014 і 2015 рр. (розраховано за даними [63]). Киргизька Республіка та Вірменія також мали зменшення експорту в Україну. Проте враховуючи, що традиційно він був невеликим, а динаміка торговельного балансу була неоднозначною, ми можемо сказати, що ці дві країни мали невеликі втрати.

Проте більших втрат партнери Росії по ЄАЕС зазнали від звуження російського ринку. Наприклад, втрати Білорусі охоплюють зниження експорту в Росію на 1,7 млрд дол у 2014 р. і на 6,4 млрд дол у 2015 р., а також погіршення сальдо торгового балансу на 940 млн дол у 2014 р. і на 690 млн дол 2015 р. (розраховано за даними [147]). У 2015 р. ВВП Білорусі скоротився на 3,9 %. Приріст ВВП Казахстану суттєво сповільнився до 1,2 % у 2015 р. після 6 % у 2013 р. Державний бюджет і поточний рахунок платіжного балансу в Казахстані у 2015 р. стали дефіцитними на рівні 5,3 і 2,6 % ВВП, відповідно [577].

Крім цього, розбіжності у ставленні до збереження режиму вільної торгівлі з Україною серед країн – членів митного союзу ЄАЕС і санкції західних країн саме щодо Росії роблять цей митний союз де-факто частково фрагментованим.

Економічні втрати країн Заходу. В. Будкін звертав увагу на вразливість країн ЄС, які постачають харчові продукти і продукцію легкої промисловості та балансують на межі кризи (Греція, Іспанія, Італія, Кіпр тощо) та країн (Фінляндія, Норвегія), галузі яких залежні від збуту в Росію. З'ясувалося також, що країни залежать від Росії не тільки у сфері поставок енергоносіїв [30].

О. Шаров охарактеризував зворотний ефект, який здійснюють санкції західних країн на власні економіки. Такий зворотний ефект викликаний зменшенням експорту технологій, дева-

львацією рубля, зниженням платоспроможного попиту в Росії на імпорتنу продукцію, контрсанкціями Росії, зокрема щодо заборони імпорту харчової продукції із країн Заходу. 30 % скорочення експорту ЄС товарів до Росії у 2014 р. відбулося за рахунок експорту транспортних засобів [268].

Відносно невеликі втрати мали США (понад 2 млрд дол), Австралія та Канада (до 0,5 млрд дол). Серед західних країн внаслідок санкцій і контрсанкцій найбільших втрат зазнав ЄС (на початок 2015 20 млрд дол), зокрема Німеччина, а також країни Балтії, Франція, Італія, Польща (у грошовому еквіваленті); Польща (у робочих місцях); країни Балтії (у % ВВП). Втрати Німеччини були викликані не тільки скороченням експорту в Росію, а й посиленням конкурентного тиску з боку інших країн ЄС, які втрачаючи російський ринок, спробували компенсувати це за рахунок експорту в Німеччину. Зважаючи на це утворилося три групи країн:

- які фактично або потенційно втратили від санкцій, але виступають за їх продовження (зокрема Німеччина, країни Балтії, Велика Британія та ін.);
- які втратили від санкцій, але схиляються до їх пом'якшення (Італія, Іспанія, Словаччина, Угорщина, частково Франція);
- які мало втратили від санкцій і схиляються до пом'якшення санкцій (Греція, Болгарія, Кіпр та ін.) [268].

З іншого боку:

- скорочення експорту ЄС у Росію у 2014 р. було більш ніж компенсоване зростанням експорту в інші напрями (переважно всередині ЄС, США, Китай);
- країни-імпортери енергоносіїв відчували позитивний ефект від скорочення цін на нафту;
- сукупно втрати західних країн менші втрат Росії (понад 50 млрд дол, і втричі більший ефект, ураховуючи падіння цін на нафту) [268].

За нашими розрахунками, якщо ж розглянути великих торгових партнерів України із країн ЄС, то тільки у 2015 р. втрати від звуження ринку в Україні становили, наприклад, у Німеччині 2,2 млрд дол зниження експорту або 2,3 млрд дол погіршення сальдо торгового балансу, у Польщі 1,4 і 1,3 млрд дол, відповід-

но [63]. У галузевому розрізі, як показують статистичні дані ЮНКТАД за 2014 р., скорочення експорту ЄС в Україну переважно відбувалося за рахунок автотранспортних засобів, нафтопродуктів і медикаментів, а в Росію – за рахунок автотранспортних засобів та їх частин, м'ясних продуктів, медикаментів [563].

Висновки

Ураховуючи середній розмір економіки, умови для ведення торговельних суперечок й економічних війн не сприятливі для України. На користь цього свідчить і приклад економічного протистояння з Росією. Це обумовило запізнення з уведенням обмежуючих заходів з боку України, які можуть дати помітний ефект лише як складова колективних заходів. Нині санкції проти Росії досягли ефекту колективної відповідальності країни, але практично не досягли політичних цілей урегулювання конфлікту та персональної відповідальності. Проте вони не дозволили здійснити ескалацію порушення територіальної цілісності України та є демотивуючим чинником для подібних порушень міжнародного права в майбутньому у глобальному масштабі.

Фундаментальною основою політико-економічного протистояння в межах трикутника Україна – Росія – Захід є існування двох інтеграційних атракторів у Європі: Західна Європа/ЄС і Росія/ЄАЕС. Незважаючи на їх конкуренцію, вони також мають ознаки комплементарності та за кращої геополітичної ситуації могли б інтегруватися, або принаймні відчувати більше переваги ефекту створення торгівлі відкритого ринку один для одного, ніж втрати від ефекту відхилення торгівлі.

ЗВТ Україна – ЄС сама по собі не так створює ефект відхилення торгівлі, як зменшує ефект відхилення торгівлі ЗВТ СНД. Проте існує штучний ефект відхилення торгівлі, прямо чи опосередковано викликаний реакцією Росії на укладання цієї угоди. За нашими розрахунками, усупереч побоювань російської сторони Угода про асоціацію України з ЄС фактично є лише невеликим викликом для економіки Росії, ураховуючи структурні відмінності у зовнішній торгівлі, неповноту охоплення торгівлі тарифними преференціями та можливість захисту інтересів російських експортерів цивілізованішими методами.

У 2013 р. лише 1,6 % російського експорту в ЄС мали стратегічне значення щодо можливості посилення конкуренції з боку України. Аналогічно, 16,8 % російського експорту в Україну мали стратегічне значення щодо можливості посилення конкуренції з боку ЄС. Близько 1/9 експорту з Росії в Україну були потенційно чутливими до змін у технічному регулюванні. Оцінені нами сукупні потенційні втрати російських виробників становлять від кількох сотень мільйонів до трьох-чотирьох мільярдів доларів. При цьому це можна вважати верхньою оцінкою втрат, до того ж ми не враховуємо потенційний вииграш від зростання ринків збуту за кращого геополітичного сценарію.

На порядок більших втрат Росія зазнала внаслідок власного тиску на Україну (скорочення експорту та позитивного сальдо торгового балансу) та на два порядки більші – внаслідок санкцій західних країн, падіння цін на енергоносії та зростання видатків бюджету на оборону, імпортозаміщення й окуповані території. Загалом найбільший негативний ефект відчутний в енергетичному і фінансовому секторах та оборонній промисловості. Девальвація гривні та здешевлення вартості робочої сили в Україні має на російський експорт в Україну більший ефект, ніж тарифні преференції ЄС, але у середньотерміновій перспективі. Важливим негативним ефектом стали репутаційні втрати, що також взаємопов'язане зі скороченням зовнішньоекономічних зв'язків Росії зі світом.

У трикутнику Україна – Росія – Захід Україна зазнає найбільших відносних втрат, особливо в галузевому вимірі – на російському напрямі експорт продуктів харчування, металургії та машинобудування, а в регіональному розрізі – непідконтрольні території. Відчутних втрат зазнали також і партнери Росії по ЄАЕС – Білорусь та Казахстан, а сам митний союз ЄАЕС де-факто став частково фрагментованим, внаслідок відмінностей режиму торгівлі із західними країнами й Україною.

Країни Заходу, насамперед ЄС, особливо окремі його країни, також відчули ефект від власних санкцій та контрсанкцій з боку Росії, проте загалом це було компенсовано зростанням експорту в інші напрями та падінням цін на енергоносії. Серед країн ЄС від скорочення ринку України та Росії найбільше постраждали

автовиробники, енергетичний сектор, агропромисловий комплекс та фармацевтична промисловість.

Варіантом розв'язання конфліктної ситуації могло би бути врегулювання питання територіальної цілісності України та повернення до неконфронтаційного режиму у міжнародних економічних відносинах. Це може надати перевагу всім учасникам процесу, не тільки безпосередньо внаслідок зниження напруженості, але і побічно завдяки ліквідації ефекту відхилення торгівлі та посилення інтеграційних перспектив. Для України важливо мати перехресне членство у ЗВТ з основними торговельними партнерами, серед яких ЄС та СНД. В ідеалі перехресне членство України в цих ЗВТ могло б бути сполучною ланкою між ЄС і ЄАЕС як пілотний проект на шляху до їх співпраці й інтеграції. Зокрема, укладання помірно поглибленої ЗВТ між ЄС та ЄАЕС могло би знизити ставки в геополітичній та гео економічній боротьбі за Україну.

Видавничо-поліграфічний центр
"Київський університет".
Версія не для друку

ПІСЛЯМОВА

З нашого дослідження можна зробити низку теоретичних і практичних висновків. Поняття економічної сили розглядається лише в частині напрямів економічної науки, але без нього важче пояснити процеси в реальному житті в умовах нерівності економічних суб'єктів. Одним із видів таких суб'єктів є країни, які ми розглядаємо як сукупність їх резидентів, що мають частково погоджені інтереси. Ми розглядаємо національну економічну силу як здатність країни до впливу економічними засобами на інші суб'єкти та протистояти зовнішньому впливу. У політичних науках економічна сила є одним із компонентів національної сили, але вона дозволяє забезпечити й інші її компоненти. З одного боку, економічна сила тісно пов'язана з величиною економіки, національним багатством, економічними ресурсами, потенціалом, а з іншого – з економічною безпекою, незалежністю, суверенітетом, конкурентоспроможністю, стабільністю, розвитком і лідерством.

Ми можемо класифікувати економічну силу за такими критеріями: ступінь активності, близькість до результатів, напрям головного впливу, близькість об'єкта застосування сили, рівень об'єктивності, ступінь досягненості, рівень кооперації, характер наслідків, ступінь відчутності, адресація впливу, фактори цілепокладання, ступінь підпорядкованості, рівень організації, ступінь жорсткості, інститути сили, сектори економіки, форми міжнародних економічних відносин. Під економічною силою зазвичай розуміють тверду економічну силу, основу на величині економіки та модифікуючих факторах (економічна динаміка, конкурентоспроможність тощо). На противагу їй м'яка економічна сила (або сила національного економічного бренда чи іміджу) характеризує привабливість, справедливість, успіх та популярність економічної системи та політики країни. Специфічними видами є переговорна, управлінська, монополістична, нормативна сила, купівельна спроможність. Ми також пропонуємо

розглядати адаптаційну силу (як здатність одержувати економічні переваги в умовах існуючої світової чи регіональної економічної системи) та синхронізаційну силу (здатність підлаштовувати ділові цикли інших країн під власний цикл).

Оцінка твердої економічної сили здійснюється за допомогою методів на основі ВВП, національного багатства, зовнішньоекономічних показників, багатокомпонентних індексів, опитувань. Окремими їх проблемами є неточність оцінок активів у менш розвинених країнах, довільність зважування компонентів, обмежена вибірка країн, недооцінка економічної динаміки. Очікувано найсильнішими економіками є США, ЄС та Китай. Однак громадськість світу вважає економічним лідером світу переважно США, потім Китай, помітно відстають ЄС і Японія. Науковці та статистичні дані свідчать на користь довготермінової тенденції послаблення розвинених країн і посилення країн, що розвиваються, особливо в Азії. Цей тренд продовжиться, але ймовірно сповільниться, а країни Заходу ще довго залишатимуть за собою лідерство. Максимальна оцінка економічної потужності України становить 0,42 %, що не дозволяє їй бути навіть регіональною силою.

Методи оцінки м'якої економічної сили передбачають опитування, використання статистичних показників та інфометричний метод (у т. ч. вебометричний і наукометричний). Недоліками окремих методів є витратність, обмеженість вибірки країн чи джерел інформації, опосередкованість виміру, суб'єктивність експертних оцінок, неметрична шкала виміру, складнощі оцінки позитивної чи негативної інформації, мовні обмеження, концентрація уваги на окремих сферах, абстрагування від кількості інформації про країну. Нами запропоновані власні індекси: м'якої економічної сили країни; економічного іміджу; іміджу, зваженого за економічною силою країн респондентів; сукупної економічної сили. Тестування першого з них (що базується на вебометричному підході на основі формування пошукових запитів в Інтернеті та кількості знайдених веб-сторінок) показало його переваги (легкість інтерпретації, низька витратність, метрична шкала, урахування поширеності інформації про країну та її структури, висока кореляція з величиною економіки) та недоліки (мовна обмеженість, випадки подвійного рахунку, нечіткий поділ на негативну

та позитивну інформацію, обмежена вибірка більш відомих країн, в окремих випадках суперечливі результати)

За різними рейтингами м'якої економічної сили лідерами є розвинені країни (не обов'язково великі) та Китай. Наукометричний метод надає перевагу США та Великій Британії як основним країнам походження економічної думки. Україна займає середні, іноді слабкі позиції в рейтингах. Найбільші сфери ментального впливу має США (Африка і традиційні союзники) та Китай (Азія й Африка). ЄС помітно послабив свої позиції останнім часом внаслідок циклічного фактору. Імідж ЄС і Китаю залежить переважно від економічних факторів, США і Росії – політичних. Найбільше перетинаються сфери ментального впливу США та ЄС, а раніше також ЄС і Росії. Україна останнім часом переорієнтувалася зі сфери Росії та ЄС до ЄС і США. До жодної сфери впливу не входять більшість країн Близького Сходу та Південної Азії. Оцінки стану та перспектив власної економіки найгірші в розвинених економіках і Середземномор'ї, а найкращі – в Африці та Азії. В Україні погані враження про поточний стан економіки контрастують з обережним, але довготерміновим оптимізмом. Запропонований нами вебметричний підхід доводить, що на ЄС і США припадає 35–45 % м'якої економічної сили світу, з помітним відривом далі йдуть Китай, Росія та Індія. Наднаціональна надбудова ЄС збільшує м'яку економічну силу країн-членів на 20 %. Відносно популярнішою є економіка англомовних країн.

Субнаціональні, транснаціональні та наднаціональні суб'єкти можуть посилювати або послаблювати економічну силу країни. Вони охоплюють компанії, міжнародні економічні організації, інтеграційні утворення, коаліції, міста та регіони, інституції-адвокати певних цінностей та ідеології, нелегальні структури, впливових фізичних осіб. Наприклад, найвпливовіші міста розташовані в США, ЄС і Китаї. Непропорційно більша концентрація мільярдерів у Росії, менша – у Японії. Оцінка впливу різних типів недержавних суб'єктів економічної сили ускладнюється важкістю використання спільних критеріїв порівняння. Проте ми застосовуємо власний наукометричний метод, який із застереженнями усуває цю складність. Він показує розподіл майже

навіпіл економічної сили між розвиненими країнами, та країнами, що розвиваються. На галузевому рівні домінують інноваційний, фінансовий, агропромисловий і звичайний промисловий сектори (загалом 2/3), але посилюються позиції виробників послуг. На міжнародній арені найвпливовішими є країни (30 %), компанії (22), інтеграційні утворення (18 %). Існує довготермінова тенденція до посилення регіонів усередині країн, фірм, наднаціональних структур, вразливих верств населення.

М'яка економічна сила, фактично, є частиною м'якої сили, яка визначається економічними факторами та їх взаємодією. До них ми відносимо соціально-економічну модель, рівень економічного розвитку, економічну динаміку, економічну солідарність, зовнішньоекономічну політику, інтеграційні перспективи, спільні інтереси із центрами економічної сили, корпоративні та галузеві бренди, бізнес-культуру, індустрію масової культури, високотехнологічний сектор, освіту, трудову міграцію, туризм, фінансування програм брендингу, економічний патріотизм, міжнародні рейтинги тощо. Традиційно привабливішими є західні економічні моделі, але криза похитнула довіру і до них. Рівень розвитку позитивно впливає на національний бренд, хоча може викликати й заздрість. Величина економіки та динамічний розвиток позитивно впливають на м'яку економічну силу, якщо тільки не йдеться про потужного конкурента. Недостатній рівень солідарності та кризові економічні процеси послабили імідж ЄС, але, зважаючи на циклічність, очікується його поступове відновлення. Зовнішньоекономічна політика має бути гнучкою, прийнятною для більшості країн, передбачати ініціативи розв'язання глобальних проблем, економічну допомогу. Міжнародна допомога й інтеграційні перспективи є явною перевагою ЄС. Активом Великої Британії та Японії є найбільша довіра з боку США. Корпоративні бренди посилюють імідж країни бренда і країни-виробника. Кращий імідж має бізнес-культура, культурна індустрія, високотехнологічний сектор, система освіти США, Європи та іноді Японії. Роль міграції забезпечується іміджем іммігрантів і міграційними обмеженнями. Туризм значно залежить від привабливості країни, але і сам є джерелом інформації про країну.

Двосторонні економічні зв'язки із центрами силами найбільш позитивно впливають на імідж цих центрів у країнах-партнерах у випадку Росії (її зовнішньоекономічна та ментальна сфера впливу накладаються одна на одну), тому економічна дезінтеграція Росії з іншими країнами та погіршення її іміджу взаємно посилюють один одного. Інвестиційні зв'язки з Китаєм посилюють імідж Китаю у приймаючій країні, але нелінійно (зі спадаючою ефективністю). Експорт країн-респондентів до Китаю не впливає на його імідж, що може бути пов'язано з аграрною та сировинною структурою цього експорту. Торговельно-інвестиційні відносини з ЄС останнім часом послаблювали його локальний імідж внаслідок чутливості до кризових процесів. Однак кращому ставленню до нього сприяли зовнішньоекономічні зв'язки країн-респондентів із Росією та Китаєм. Імідж США мало залежить від їх двосторонніх економічних відносин. Проте високотехнологічний сектор та індустрія масової культури США взаємно популяризують один одного та посилюють сукупний імідж США. В умовах економічного піднесення Китаю імідж США поліпшується. А імпорт із Китаю та інвестиції з Росії негативно впливали на ставлення до науково-технічних досягнень США. Відбувається дивергенція у визначенні світового економічного лідера. США дедалі більше вважають лідером у тих країнах, де і традиційно так вважали. Китай – де традиційно відносно більше вважали лідером Китай, де слабші торговельні відносини з США й у країнах Європи.

У національному економічному бренді України роль науки, освіти, аграрної сфери, окремих високотехнологічних виробництв, природні ресурси, культурна і спортивна індустрія, прагнення змін контрастують з економічною нестабільністю, низькими доходами населення, корупцією, інвестиційними ризиками, зношеністю інфраструктури, невідповідністю інтеграційним очікуванням. Існують структурні диспропорції серед найвідоміших громадян України. Ми також тестуємо наш вебометричний метод при визначенні факторів національного економічного бренда України та близько розташованих країн. Типовим явищем виявилося домінування позитивної інформації внаслідок PR-заходів чи оптимізму. Явний виняток – інформація про інфляцію, державний

бюджет, корупцію та зарплати. Майже не мають серйозних недоліків серед складових національного економічного бренда Німеччина і Польща, а Україна і Росія – майже не мають явних іміджевих переваг у сфері економіки. Ураховуючи ступінь поширення інформації, за більшістю факторів кращі позиції має Німеччина, потім Росія, Туреччина і Польща – їх можна вважати центрами м'якої економічної сили в дослідженому регіоні. Німеччина як високорозвинена велика економіка очікувано є лідером за більшістю факторів, але відстає за економічним зростанням. Помірні переваги Росії полягають у переважно корпоративній сфері, частково зовнішній торгівлі та бюджеті. Найбільшими перевагами Польщі є якість, економічне зростання, співпраця, корпоративна сфера. Позитивні фактори для Туреччини – інвестиції, економічна співпраця, конкурентоспроможність. Україна, Румунія та особливо Молдова мають менш відомий економічний бренд. Найпроблемнішими факторами національного бренду в Україні виявилися зарплати, державний бюджет й економічні конфлікти. Останні також значно послаблюють імідж Росії.

Величина економіки сильно впливає на характер зовнішньоекономічних зв'язків. Малі країни є більш торговельно відкритими, особливо за імпортом, у сфері послуг та до торгівлі із країнами-сусідами; схильні або чутливі до дефіцитного торговельного балансу та волатильності експорту; мають менший рівень товарної та регіональної диверсифікації торгівлі, особливо експортної; ціни у їх зовнішній торгівлі вищі та чутливіші до валютного курсу. Проте останнім часом зовнішня торгівля малих країн перестала мати вищі темпи зростання. Малі економіки більше залежать від експорту сировини, енергоносіїв та імпорту продуктів харчування. А великі країни часто мають кращі позиції в експорті високотехнологічних товарів, продукції обробної промисловості, товарів із виробничим ефектом масштабу та вищими транспортними витратами, на монополізованих ринках. Крім цього, великі економіки впливають на світові ціни. У сфері послуг малі економіки часто залежні від експорту туристичних, фінансових послуг, але перестають бути спеціалізованими на транспортних послугах і залежні від імпорту освітніх послуг.

Україна як економіка середнього розміру має схожі ознаки з малими та великими економіками. Вона має високу торговельну відкритість на рівні малих економік і схожу з ними галузеву структуру. Проте якщо в малих країнах обробну промисловість витісняв експорт енергоносіїв, то в Україні – агропромисловий сектор. Висока торговельна відкритість в Україні існує за рахунок торгівлі товарами, а не послугами – тут вона нагадує великі економіки. Як середня економіка Україна може досягнути помірного рівня диверсифікації торгівлі за рахунок обробної промисловості та туризму. Серед географічно близьких країн Україна торгує непропорційно більше з великими країнами, але їй легше мати профіцит торговельного балансу з меншими країнами. Впливати на світові ціни Україна може лише на окремих ринках аграрної та металургійної продукції.

Малі економіки, особливо менш розвинені, в умовах дефіцитного торговельного балансу схильні до припливу капіталу і накопичення зовнішнього боргу. Однак природна дохідність капіталу в них менша і більш волатильна. Відносна короткотермінова заборгованість також менша в умовах більшої експортної відкритості. Україна за показниками руху капіталу і частково зовнішньої заборгованості нагадує малі економіки. Проте приплив капіталу до України як у малих країнах частково, але стримують (чи стимулюють його відплив) обмежений спектр характеристик потенційних інвестиційних проєктів, обмеженість внутрішнього ринку (крім товарів широкого вжитку), волатильність виробництва. Проте Україна менш схильна до домінуючого впливу іноземного інвестора. Навіть в умовах недостатньо великої економіки Україна може бути привабливою для створення виробництв товарів широкого вжитку та галузей із географічною прив'язкою (природні ресурси, транзитний транспорт).

Частині малих економік притаманний феномен MIRAB (залежність від міжнародної допомоги та трансфертів мігрантів). Меншою мірою, але це характерне і для України, особливо останнім часом. Донори більш схильні надавати допомогу малим країнам, зважаючи на їх чутливість до шоків, меншу ціну їх лояльності, легший моніторинг використання допомоги, менший ризик виростити конкурента. Малі економіки більш схильні

до еміграції та імміграції. Особливо це стосується безповоротної міграції кваліфікованих кадрів, зокрема внаслідок недиверсифікованості попиту на трудові ресурси та фізичних обмежень для внутрішньої міграції. Однак в Україні спостерігається краща динаміка переказів мігрантів.

У сфері зовнішньоекономічної політики малим країнам важче здійснювати політику імпортозаміщення, недоцільно тримати високими імпортні й експортні тарифи, варто проводити навіть односторонню торговельну лібералізацію (крім на ринках монополізованих іноземними постачальниками). На практиці малі країни мають менш ускладнену процедурами та різноманіттям інструментів зовнішньоторговельну політику. Їх державний бюджет внаслідок вищої відкритості економіки та частки публічних послуг нерезидентам більш залежний від оподаткування зовнішньої торгівлі. Схожі тенденції характерні і для України, але їй можливо зберігати вузький спектр експортних тарифів, варто знизити тягар митних формальностей, доходи бюджету вже мало залежать від оподаткування зовнішньої торгівлі. Тимчасове підвищення митних тарифів доцільне лише за умов посилення дефіциту торговельного балансу.

Малі економіки традиційно намагалися компенсувати недоліки ефекту масштабу податковим і регуляторним арбітражем. Однак у сучасних умовах у середньому ми спостерігаємо зникнення податкового арбітражу та зменшення регуляторного арбітражу завдяки реформам у великих економіках та боротьбі із фінансовими зловживаннями. Малі економіки все ж мають іншу структуру податків – для них характерний нижчий рівень оподаткування праці та менший корупційний "податок". У великих економіках залишаються більш обтяжливими регуляторні вимоги, одержання ліцензій, під'єднання до електромереж, розв'язання неплатоспроможності, банківські нормативи тощо. Проте великі економіки вже зазвичай випереджають малі за тривалістю процедур створення бізнесу та реєстрації власності. У сфері регулювання бізнесу Україна часто нагадує великі економіки. Зважаючи на розмір економіки та заборгованість уряду, Україні важко використовувати податковий арбітраж для залучення інвестицій, особливо якщо зниження ставок нівелюватиметься

корупційним "податком". Єдиним вірним способом є реформи для поліпшення бізнес-середовища.

Фіксовані валютні курси більш придатні для малих економік. Як економіка середньої величини Україна об'єктивно схильна до високої волатильності валютного курсу. Малі економіки мають менше можливостей, але і більшу потребу тримати валютні резерви. За цим критерієм Україна ще вразливіша ніж малі економіки. Обмеження імміграції менші для малих країн, Україна тут не перебуває у сприятливому діапазоні. А вплив кваліфікованих кадрів варто стримувати диверсифікованим економічним розвитком і конкурентними зарплатами в державному секторі.

Реалізація твердої економічної сили передбачає використання ресурсів чи зміну правил економічних відносин, м'якої – вплив на економічні цілі об'єкта сили. Результат застосування економічної сили – нееквівалентні вигоди та витрати у суб'єкта й об'єкта сили. На нашу думку, використання економічної сили може бути із примусом або без тиску, цілеспрямовано або ненавмисно: як в умовах конфронтації, так і в процесі кооперації, випадкових подій, обміну на вільному ринку. Джерелом економічної сили є асиметрія розподілу ресурсів, інформації, можливих переваг і втрат. Мотивацією до використання економічної сили є набуття контролю за ресурсами об'єкта сили, зменшення витрат і ризиків, подальше нарощення силового потенціалу. Не унеможливується позитивний ефект і для об'єкта сили. Стримують використання сили витрати на досягнення силового потенціалу, застосування санкцій, оцінку та планування, підтримку об'єкта, репутаційні втрати. Можливі витрати об'єкта сили передбачають втрату ресурсів, втрачену вигоду, втрати від санкцій, зменшення силового потенціалу.

Економічну силу реалізують у різних сферах у процесі економічного суперництва між країнами, яке може набувати форму від звичайної конкуренції до економічних конфліктів. Залежно від сфери реалізації економічну силу можна приймати позитивно або негативно. Економічна експансія характеризує досягнення економічних цілей у географічному просторі. Економічна експлуатація передбачає несправедливий перерозподіл економічних благ між суб'єктом й об'єктом сили.

Економічні санкції є інструментарієм економічного впливу для досягнення політико-правових (у вузькому розумінні) або будь-яких цілей (широке трактування). У широкому розумінні вони можуть бути не тільки каральними, а й стимулюючими. Санкції можуть приводити до досягнення поставлених цілей, для запобігання порушень іншими країнами, завдати економічних втрат цільовій країні, декларувати дипломатичну позицію. На практиці вони є інструментами помірної ефективності, але є спробою вирівнювання правил гри, менш витратним та оперативним засобом впливу. Санкції успішніші, якщо в цільовій країні мала економіка, помітні економічні втрати, залежність від зв'язків з ініціаторами санкцій, демократичний устрій, нерівність доходів, а цілі санкцій менш амбітні. Фінансові санкції ефективніші за торговельні, разові масштабні – за поступові. Обмежують ефективність санкцій такі фактори: втрати непричетних осіб, розвиток чорного ринку, обмеженість інструментарію правовими рамками, контрсанкції, ефект звикання, а також відсутність економічних, фінансових, технологічних та військових переваг в ініціатора санкцій (що обумовлює запізнення та неповноту санкцій з боку України). Позитивні санкції мають переваги м'якого впливу, але можуть потребувати витрат, бути пов'язаними з моральним та політичними ризиками, ефектом відхилення торгівлі.

Економічна війна передбачає жорстке суперництво за межами стандартної практики міжнародних економічних відносин. Такі війни можуть розрізнятися за цілями, наслідками для учасників та третіх сторін, сферою економіки, охопленням, тривалістю, інтенсивністю, ініціативою, асиметрією та напрямом впливу. Специфічними видами є більш тривала та менш явна геоекономічна війна й імперіалістичні війни щодо залежних країн і територій. Торговельні суперечки є економічними конфліктами, які вирішуються у формально-правовому руслі. Малі економіки мають менше можливостей ініціювати розгляд справ, зважаючи на фіксовані витрати. Однак, ураховуючи стимули до позовів і конфліктів, найбільш незахищеною позицією як відповідача (та цілі економічних війн) є позиція у середніх і помірно великих економік (у т. ч. України).

Наявність двох інтеграційних атракторів у Європі обумовлює конфліктогенність відносин у трикутнику ЄС/Захід – Росія –

Україна. З іншого боку, зважаючи на ефекти створення торгівлі відкритого блоку, ЄС і ЄАЕС є не тільки конкурентами, а й ком-плементарними блоками, що мало би знизити градус протистоян-ня та сприяти інтеграції, а не дезінтеграції. Однак на практиці утворення ЗВТ України з ЄС супроводжувалося штучним ефек-том відхилення торгівлі в умовах силової реакції з боку Росії. Асоціація України з ЄС сама по собі несли невеликі економічні ризики для Росії – майже на два порядки менші за втрати, яких зазнає Росія внаслідок ініціювання нею економічної війни, дева-львації гривні та звуження українського ринку, санкцій країн За-ходу внаслідок порушення територіальної цілісності України, імпортозаміщення, витрат на нові фактично підконтрольні тери-торії та репутаційних втрат. Переважна більшість взаємного укра-їнського та європейського експорту або структурно відмінна від російського експорту або не користується преференціями в межах Угоди про асоціацію. В умовах економічного конфлікту і дезінте-грації найменших втрат зазнають великі економіки країн Заходу, а найбільших – Україна й особливо непідконтрольні центрально-му уряду території як де-факто окремі малі економіки. Втрати від санкцій країнам Заходу компенсували диверсифікація експорту та здешевлення енергоносіїв. Від звуження ринку України та Росії зазнають втрат і треті сторони, зокрема Білорусь, Казахстан й інші країни. Повернення до неконфронтаційного режиму та вре-гулювання територіальної цілісності України є оптимальним рі-шенням, що також може сприяти загальноєвропейським інтегра-ційним перспективам, серед яких і створення ЗВТ між ЄС та ЄА-ЕС. Для України економічно вигідним є перехресне членство у ЗВТ з ЄС, СНД та іншими важливими партнерами.

Видавничо-поліграфічний центр
"Київський університет".
Версія не для друку

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. О санкциях : Закон Украины [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – 2014. – № 40. – С. 2838–2841. – Режим доступу: <http://dlib.eastview.com/browse/doc/42410184>.

2. Абдуллаев Н. В. Специфика ведения экономической войны / Н. В. Абдуллаев, Н. А. Багузова // Власть. – 20014. – № 10. – С. 72–79.

3. Агеев А. И. Китай XXI века / А. И. Агеев, Б. В. Куроедов // Прогнозы и стратегии. – 2008/2009. – № 1. – С. 76–85.

4. Азатбек Т. Институционализация монополистической власти: формы и механизмы реализации / Т. Азатбек // ҚазЭУ хаба-рышы. – 2011. – № 3 (81). – С. 53–56.

5. Акерман Е. Н. Актуальные проблемы интеграции России в мировое экономическое пространство / Е. Н. Акерман // Вестник Томского государственного университета. – 2008. – № 313. – С. 130–134.

6. Алексеєнко І. В. Політична активація регіональної ідентичності в умовах глобалізації / І. В. Алексеєнко // Панорама політологічних студій : наук. вісн. Рівненського держ. гуманіт. ун-ту. – 2011. – Вип. 5–6. – С. 76–80.

7. Анилионис Г. П. Глобальный мир: единый и разделенный. Эволюция теорий глобализации / Г. П. Анилионис, Н. А. Зотова. – М. : Международные отношения, 2005. – 676 с. ; цит за: Резнікова Н. В. Глобальна економічна взаємозалежність: сучасна парадигма та детермінанти модифікації / Н. В. Резнікова. – К. : Вид-во ТОВ "ВІСТКА", 2013. – 456 с.

8. Анисимов А. Об истинной экономической мощи Китая / А. Анисимов // Москва. – 2011. – № 12. – С. 136–142.

9. Антикуз В. М. Економічна влада як фактор розподілу доходів : автореф. дис. ...канд. екон. наук : спец. 08.00.01 "Еконо-

мічна теорія та історія економічної думки" / Вікторія Михайлівна Антикуз. – Донецьк, 2010. – 20 с.

10. Антонюк Л. Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: регіональний аспект [Електронний ресурс] / Л. Л. Антонюк // Міжнародна економічна політика. – 2005. – № 1. – С. 45–68. – Режим доступу : <http://journals.urau.ua/jiep/article/viewFile/27427/24621>.

11. Апокин А. Проблема глобальных дисбалансов в мировой экономике / А.Апокин // Вопросы экономики. – 2008. – № 5. – С. 51–61.

12. Арин О. А. (Алиев Р. Ш.). Двадцать первый век: мир без России [Электронный ресурс] / О. А. Арин (Р. Ш. Алиев). – М. : Альянс, 2001. – 352 с.; Электронная версия (испр.), 2011. – 344 с. – Режим доступа : <http://www.twirpx.com/file/445834>.

13. Артемова Т. И. Институт экономической власти в контексте взаимосвязи с отношениями собственности и стоимости / Т. И. Артемова // Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая. – Донецк, ДонНТУ, 2006. – Вып. 103–3. – С. 58–61.

14. Асеева О. В. Торгівельні війни світу [Електронний ресурс] / О. В. Асеева / Географічна конференція, КДПУ. – Режим доступу : http://kdpu.edu.ua/confgeog/doku.php/секція_2/торгівельні_війни_світу.

15. Бабич Д. В. Державна організація в розподілі повноважень та ресурсів при забезпеченні безпеки національної економіки / Д. В. Бабич, А. О. Касьянова // Проблеми економіки : наук. журн. – Х. : ВД "ІНЖЕК". – 2011. – № 2 – С. 10–14.

16. Баишев М. А. Природно-ресурсный фактор в структуре национального богатства : автореф. дис. ...канд. экон. наук : спец. 08.00.01 / Марат Анваревич Баишев ; ГОУ ВПО "Казанский гос. финансово-экон. ин-т". – Казань, 2008. – 24 с.

17. Балугев Д. Эволюция экономических санкций как инструмента внешней политики / Д. Балугев // Международные процессы. – 2014. – № 3. – Т. 12. – С. 23–33.

18. Баранова Т. А. Современное образование как инструмент "мягкой силы" / Т. А. Баранова, С. А. Никипелова // Образовательная доминанта в политических коммуникациях : сб. науч. ст.

/ под общ. ред. О. А. Колобова. – Н. Н. : ФГБОУ ВПО "Нижегородский гос. ун-т им. Н. И. Лобачевского", 2012. – С. 3–10.

19. Басюк О. В. Сутнісна характеристика категорії економічний потенціал регіону / О. В. Басюк // Вісник соціально-економічних досліджень ОДЕУ. – 2009. – № 36. – С. 244–249.

20. Батурина Т. В. Основные понятия по политологии и социологии. Краткий словарь и тесты / Т. В. Батурина, С. В. Ивлев. – Кемерово : Кемеровский технолог. ин-т пищевой промышленности, 2009. – 158 с.

21. Беррес Л. Україна пугает нестрашными санкциями / Л. Беррес // Московский комсомолец. – 2014. – № 167. – С. 2.

22. Біла книга. Як реалізувати експортний потенціал України за умов глобалізації. Пропозиції щодо політики сприяння розвитку українського експорту. – К. : Інститут економічних досліджень і політичних консультацій, АО "АФ "Сергій Козьяков та Партнери", Western NIS Enterprise Fund, 2016. – 50 с.

23. Білорус О. Політична економія глобалізму і проблеми структурної модернізації національної економіки / О. Білорус // Дослідження міжнародної економіки : зб. наук. праць. – К. : ІСЕМВ НАН України, 2011. – № 2 (67). – С. 3–26.

24. Бобух І. М. Визначення взаємозалежності компонентів національного багатства / І. М. Бобух, В. О. Луцков // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 5. – С. 68–78.

25. Богуш Д. Будущее имиджа Украины [Электронный ресурс] / Денис Богуш // Украинская правда. – 2007. – 5 ноября. – Режим доступа : <http://www.pravda.com.ua/rus/articles/2007/11/5/4426894>.

26. Богуш Д. А. Имидж Украины в современном контексте / Д. А. Богуш. – К. : 2007; цит. за : Короткова О. В. Міжнародний імідж України як інструмент забезпечення національних інтересів держави / О. В. Короткова // Сторінки історії : зб. наук. праць. – К. : ІВЦ "Вид-во "Політехніка", 2009. – Вип. 29. – С. 262–269.

27. Бойко А. Концептуалізація стійкості національної економіки / А. Бойко // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2014. – № 1. – С. 5–19.

28. Бочаров Ю. Б. Имидж страны в интернет-сообществе [Электронный ресурс] / Ю. Б. Бочаров // Зеркало. – 2010. – № 189. – Режим доступа : <http://dlib.eastview.com/browse/doc/22686443>.

29. Бударіна Н. О. Фінансова безпека України в умовах економічної невизначеності світової фінансової системи / Н. О. Бударіна // Вісник Маріупольського держ. ун-ту. Серія Економіка. – 2013. – Вип. 5. – С. 77–83.

30. Будкін В. С. Геополітичні та геоекономічні наслідки Російсько-Українського конфлікту / В. С. Будкін // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2014. – Вип. 121 (Ч. I). – С. 201–209.

31. Буковинський С. А. Уроки глобальної фінансової кризи: методологічні проблеми реформування міжнародних стандартів банківського регулювання і нагляду / С. А. Буковинський, Т. Є. Унковська, О. Л. Яременко // Економічна теорія. – 2011. – № 1. – С. 79–89.

32. Бэттлер А. Контуры мира в первой половине XXI века и чуть далее / А. Бэттлер // Мировая экономика и международные отношения. – 2002. – № 1. – С. 73–80.

33. Валуєвська І. А. Проблеми побудови позитивного іміджу держави (на прикладі України) / І. А. Валуєвська // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2009. – Вип. 84 (Ч. I). – С. 152–160.

34. Валуєвська І. А. Стратегія державного брендингу Швейцарії у міжнародних відносинах / І. А. Валуєвська, А. Добровольська // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2008. – Вип. 79 (Ч. I). – С. 144–148.

35. Васильев С. В. Геополитические акторы: сущность и типология / С. В. Васильев // Известия Уральского федерального университета. Сер. 3: Общественные науки. – 2013. – № 1 (112). – С. 167–180.

36. Верещак А. Н. Экономическая власть. Кратологические дефиниции / А. Н. Верещак // Вопросы регулирования экономики. – 2011. – Т. 2. – № 4. – С. 61–66.

37. Верижников А. Деглобализация как сценарий: маркетинг во фрагментированном мире [Электронный ресурс] / Алексей Верижников // Материалы конференции компании C.O.D.E. Ipsos, 21 апреля 2011 г. – Режим доступа : http://code.-ipsos.ru/pdf/1_Deglobalization.pdf.

38. Выголко Т. А. Появление власти в экономической жизни / Т. А. Выголко // Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. – 2009. – Вип. 36–2. – С. 34–38.

39. Гаврилюк О. М. Роль та місце ЗМІ у формуванні іміджу України на світовій арені / О. М. Гаврилюк // Шевченківська весна : мат. міжнар. наук.-практ. конф. студ., асп. і молодих вчених. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2013. – С. 97–98.

40. Гайдуцький А. П. Грошові трансфери мігрантів у системі міжнародного ринку капіталу : автореф. дис. ...д-ра екон. наук : спец. 08.00.02 "Світове господарство і міжнародні економічні відносини" / Андрій Павлович Гайдуцький ; Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2010. – 32 с.

41. Галумов Э. А. Международный имидж России: стратегия формирования / Э. А. Галумов. – М. : Известия, 2003. – 450 с. ; цит. за : Данилов В. Особливості формування політичного іміджу держави / В. Данилов // Політичний менеджмент. – 2009. – № 2 (35). – С. 67–72.

42. Галумов Э. А. Международный имидж России: стратегия формирования / Э. А. Галумов. – М. : Известия, 2003. – 450 с. ; цит. за : Белоусова Н. Б. Віртуальна дипломатія як знаряддя формування позитивного іміджу держави / Н. Б. Белоусова, О. В. Боклан // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2010. – Вип. 90 (Ч. II). – С. 139–143.

43. Галушка О. М. Ефективність валютного каналу трансмісійного механізму в стабілізаційних заходах великих і малих

економік / О. М. Галушка // Вісник Маріупольського держ. ун-ту. Серія: Економіка. – 2014. – Вип. 7. – С. 23–31.

44. Гальперіна Л. Адаптаційний потенціал соціально-економічного розвитку країни до світогосподарських ризиків / Л. Гальперіна // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2012. – Вип. 105 (Ч. II). – С. 29–34.

45. Гальчинський А. Європа і США – геополітичне суперництво / А. Гальчинський // Економіка України : політ.-економ. журн. – 2003. – № 3. – С. 4–14.

46. Гончаров Ю. В. Світ. Європа. Україна: Трансформація економіки та інтеграція / Ю. В. Гончаров, Ю. О. Петін, О. М. Сальник. – К. : Знання України, 2007. – 504 с.

47. Горбач Л. М. Природно-ресурсний та економічний потенціал регіону: поняття та особливості / Л. М. Горбач, Н. В. Вишневецька // Фінансова система України : зб. наук. праць. – Острог : Вид-во Національного ун-ту "Острозька академія", 2008. – Вип. 10. – Ч. 3. – С. 88–95.

48. Гордєєва Т. Ф. Проблема запобігання та розв'язання глобальних торговельних конфліктів / Т. Ф. Гордєєва // Ресурси та моделі глобального економічного розвитку : монограф. / за заг. ред. Г. Лук'яненка та А. М. Поручника. – К. : КНЕУ, 2011. – С. 169–183.

49. Горобченко Д. В. Організаційно-економічні основи управління екологічним боргом в контексті сталого розвитку : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.06 / Денис Володимирович Горобченко. – Суми, 2011. – 229 с.

50. Горяшко С. Россиян впечатляет имидж страны [Электронный ресурс] / С. Горяшко // Коммерсант Daily. – 2014. – № 182. – С. 3. – Режим доступа : <http://dlib.eastview.com/browse/doc/42389687>.

51. Гребенник В. В. Объективный закон обеспечения оптимальной взаимосвязи экономической и военной безопасности ядерных держав и его обоснование в "эффекте Пожарова А. И." / В. В. Гребеник, А. В. Коваль // Новый юридический журнал. – 2012. – № 4. – С. 32–40.

52. Грейсон Дж. К. Американский менеджмент на пороге XXI века / Дж. К. Грейсон младший, Карла О'Делл. – М., 2000. – 237 с.

53. Гринин Л. Е. Приведет ли глобальный кризис к глобальным изменениям? / Л. Е. Гринин // Век глобализации. – 2009. – № 2 (4). – С. 117–140.

54. Гуменюк Ю. П. Трудова міграція в системі тектонічних зсувів світової економіки : дис. ... д-ра екон. Наук : 08.00.02 / Юрій Петрович Гуменюк, Терноп. нац. екон. ун-т. – Тернопіль, 2014. – 400 с.

55. Гупало О. Г. Ресурсна концепція потенціалу у системі стратегічного управління / О. Г. Гупало, І. І. Яремко // Вісник Волинського ін-ту економіки та менеджменту. – 2012. – № 5. – С. 59–66.

56. Дабагян Э. Китайский прорыв в Латинскую Америку / Э. Дабагян // Мировая экономика и международные отношения. – 2012. – № 10. – С. 84–91.

57. Давыдов Ю. Понятие "жесткой" и "мягкой" силы в теории международных отношений [Электронный ресурс] / Ю. Давыдов // Международные процессы. – 2004. – Т. 2. – № 1 (4). – Режим доступа : <http://www.intertrends.ru/four/006.htm>.

58. Данилович Е. Е. Имидж России в современной немецкой прессе / Е. Е. Данилович, Н. С. Ярыгина // Вестник гуманитарного института ТГУ. Спецвып. : мат. междунар. науч. конф. "Диалог между Россией и Германией: филологические и социокультурные аспекты", 14–15 мая 2010 г., г. Тольятти / под ред. Е. Ю. Прокофьевой. – Тольятти : ТГУ, 2010. – Вып. 1 (7). – С. 56–60.

59. Даулинг Г. Репутация фирмы: создание, управление и оценка эффективности / Грэм Даулинг. – М. : Консалтинговая группа "Имидж – Контакт", ИНФРА – М., 2003. – xxvi, 368 с.

60. Дедов Д. И. Конфликт интересов / Д. И. Дедов. – М. : Волтер Клувер, 2004. – 288 с. ; цит. за : Пилипенко А. А. Економічна влада як передумова активізації процесів соціально-економічного розвитку інтегрованих структур / А. А. Пилипенко // Коммунальное хозяйство городов. Серия: Экономические науки. – Х. : Харьковский нац. ун-т городского хозяйства им. А. Н. Бекетова, 2008. – № 83. – С. 169–177.

61. Дементьев В. В. Власть: экономический анализ. Основы экономической теории власти : монограф. / В. В. Дементьев. – Донецк : Каштан, 2003. – 200 с.

62. Дем'яненко П. В. Економічні війни, як засіб глобалізації [Електронний ресурс] / П. В. Дем'яненко. – Режим доступу : <http://library.kr.ua/orhus/dem.pdf>.

63. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] / Дата останньої модифікації: 19/01/2016. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua/>.

64. Додонов В. Ю. Эволюция международных финансовых институтов в условиях трансформации глобальной экономической архитектуры / В. Ю. Додонов // Казахстан Спектр. – 2013. – № 3. – 78–94.

65. Дон Д. Как оценить успешность страны? [Электронный ресурс] / Д. Дон : доклад на науч.-эксперт. сессии "Успешность развития социальных систем и государственная политика и управление", 2014. – Режим доступа : <http://rusrand.ru/analytics/kak-otsenit-uspeshnost-strany>.

66. Дорошко М. С. Економічний розвиток Російської Федерації як підстава її геополітичної стратегії / М. С. Дорошко, Т. М. Дорошко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2009. – Вип. 84 (Ч. II). – С. 3–6.

67. Дослідження сприйняття України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://brandukraine.org/k>.

68. Дудченко М. А. Проблеми, умови та перспективи диверсифікації України на міжнародних ринках / М. А. Дудченко // Економіка. Менеджмент. Бізнес. – 2013. – № 2 (8). – С. 5–10.

69. Егоров А. В. Сила и бессилие экономических санкций / А. В. Егоров // Банковское дело. – 2014. – № 7. – С. 14–16.

70. Економічна енциклопедія : у 2 т. – Т. 1. / редкол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Вид. центр "Академія", 2000. – 864 с.

71. Єдамова А. М. Особливості формування інвестиційного іміджу України у Чорноморському, Каспійському регіонах та у Центральній Азії / А. М. Єдамова // Актуальні проблеми міжна-

родних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2011. – Вип. 103 (Ч. II). – С. 99–101.

72. Єщенко П. С. Подолання ринкового романтизму і фундаменталізму – економічний імператив сучасності / П. С. Єщенко, А. Г. Арсєнко // Економіка і прогнозування. – 2010. – № 2. – С. 7–25.

73. Жаровська І. М. Правові підходи до встановлення місця публічної влади у концепті соціальної влади / І. М. Жаровська // Актуальні проблеми держави і права. – 2012. – Вип. 64. – С. 153–159.

74. Заблоцька Р. О. Проблеми формування стратегії розвитку місцевих ланцюгів постачання в туристичній індустрії країн, що розвиваються [Електронний ресурс] / Р. О. Заблоцька // Міжнародні відносини. Серія : Економічні науки. – 2015. – № 5. – Режим доступу : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/-article/view/2597.

75. Запорожець О. Ю. Міжнародна практика державного брендінгу / О. Ю. Запорожець // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2008. – Вип. 79 (Ч. I). – С. 126–131.

76. Ижболдин-Кронберг А. Р. Экономическая власть: актуальность проблемы, границы исследования, основные понятия и категории / А. Р. Ижболдин-Кронберг // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2013. – Спецвып. (32). – Т. 3. – С. 18–22.

77. Івашук І. О. Інвестиційні пріоритети економічних реформ Китаю в умовах глобальної нестабільності / І. О. Івашук, М. Р. Орнат // Економічний аналіз : зб. наук. праць. – Тернопіль : ТНЕУ, 2015. – Т. 21. – № 2. – С. 309–316.

78. Кальченко Т. В. Проблема інституційної збалансованості глобальної економічної системи / Т. В. Кальченко, В. П. Кундиревич // Ученые записки Крымского инженерно-педагогического университета. – 2011. – Вып. 28. – С. 74–79.

79. Калюжна Н. Г. Експортний потенціал країни: підхід до трактування поняття / Н. Г. Калюжна // Вісник Приазовського держ. тех. ун-ту. Серія: Економічні науки : зб. наук. праць. – 2015. – № 30. – С. 317–324.

80. Калюжна Н. Г. Ресурсна концепція трактування потенціалу в економіці: сутність та обмеження у застосуванні / Н. Г. Калюжна // Проблеми економіки. – 2014. – № 2. – С. 108–114.

81. Каніщенко О. Л. Ідентифікація бренда: юридичне визнання і маркетингові реалії / О. Л. Каніщенко, О. І. Сухомліна // Маркетинг в Україні. – 2009. – № 6. – С. 62–67.

82. Капітоненко М. Г. "М'яка сила" у сучасній світовій політиці: теоретичні аспекти / М. Г. Капітоненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2010. – Вип. 94 (Ч. II). – С. 20–29.

83. Карганов С. А. Проблемы экономической оценки результатов геополитики [Электронный ресурс] / С. А. Карганов. – 2010. – Режим доступа : www.russika.ru/userfiles/adm_1262832742.doc.

84. Качинський А. Б. Безпека загрози і ризик: наукові концепції та математичні методи / А. Б. Качинський. – К. : Ін-т пробл. нац. безпеки, Нац. акад. Служби безпеки України, 2003. – 472 с.

85. Кисарець І. А. Фактори формування та підтримки міжнародного іміджу України / І. А. Кисарець // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2009. – Вип. 84 (Ч. I). – С. 184–190.

86. Кицюк І. В. Роль міста в контексті забезпечення конкурентоспроможності національної економіки / І. В. Кицюк, Н. В. Павліха // Науковий вісник Волинського нац. ун-ту ім. Лесі Українки. – 2011. – № 22. – С. 56–60.

87. Кібальник Л. О. Геоекономічні аспекти інвестиційної діяльності ТНК / Л. О. Кібальник // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 10. – С. 6–13.

88. Кібальник Л. О. Економічний дискурс формування постбіполярного світогосподарського порядку // Актуальні проблеми

в економіці та шляхи їх вирішення : зб. тез наук. робіт міжнар. наук.-практ. конф. 6–7 квітня 2012 р., м. Одеса. Ч. I. – Одеса : "Центр економічних досліджень та розвитку", 2012. – С. 48–49.

89. Кібальник Л. О. Геоекономічні трансформації в умовах світових фінансових криз / Л. О. Кібальник // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2013. – Вип. 114 (Ч. II). – С. 90–100.

90. Кібальник Л. О. Роль геоекономічних трансформацій у реструктуризації світового простору // Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право. – 2012. – № 1. – С. 108–113.

91. Климовец О. В. Формирование и развитие российских транснациональных корпораций : автореф. дисс. ...д-ра экон. наук : спец. 08.00.14 / Ольга Валентиновна Климовец ; Московский гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – М., 2010. – 48 с.

92. Козюк В. Ефект домашнього зміщення / В. Козюк // Журнал європейської економіки. – 2008. – Т. 7. – № 1. – С. 94–107.

93. Колосова В. П. Реформа розміру квот країн-членів Міжнародного валютного фонду / В. П. Колосова // Фінанси України. – 2010. – № 4. – С. 53–65.

94. Колот А. М. Діалектика соціального й економічного компонентів глобального розвитку / А. М. Колот, Я. В. Ільніцький // Ресурси та моделі глобального економічного розвитку : монограф. / за заг. ред. Д. Г. Лук'яненка та А. М. Поручника. – К. : КНЕУ, 2011. – С. 664–673.

95. Комлева Н. А. Идеологическая мощь: сущность, структура, акторы / Н. А. Комлева // Известия Уральского гос. ун-та. Сер. 3 : Общественные науки. – 2011. – № 1 (88). – С. 71–84.

96. Кондратюк О. І. Економічний потенціал країни, його суть та тенденції розвитку / О. І. Кондратюк // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 3. – С. 91–98.

97. Кочетов Э. Гуманитарные категории в глобальном измерении ("справедливость" и её интерпретация в геоэкономическом смысле) / Э. Кочетов // Безопасность Евразии. – 2007. – № 2. – С. 313–343.

98. Кравченко М. Внешняя трудовая миграция граждан Украины как негативный вызов глобализации / М. Кравченко // Публичное управление. – 2010. – № 1. – С. 32–40.

99. Кузнецов О. Лондон – глобальный финансовый центр / О. Кузнецов // Вісник Національного банку України. – 2009. – № 11. – С. 51–55.

100. Кузнецов О. В. Філософсько-економічні аспекти інтернаціоналізації Юаня / О. В. Кузнецов // Філософія фінансової цивілізації: людина у світі грошей : мат. V Міжнародних філософсько-економічних читань, 28–29 травня 2012 р., м. Львів. – Л., 2012. – С. 79–87.

101. Куршаков В. Нефтегазовый фактор во внешней политике Ирана / В. Куршаков // Мировая экономика и международные отношения. – 2013. – № 3. – С. 88–96.

102. Кучеренко К. Оцінка впливу глобальних факторів ризику на процес формування міжнародного туристичного бренду / К. Кучеренко // Вісник Київського нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. Економіка. – 2014. – Вип. 156. – С. 94–100. DOI: <http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2014/156-3/18>.

103. Латыпов К. Экономические санкции в международном праве: некоторые вопросы теории и практики применения [Электронный ресурс] / К. Латыпов // Белорусский журнал международного права и международных отношений. – 1998. – № 2. – С. 56–61. – Режим доступа : <http://elibrary.by/handle/123456789/30426>.

104. Леденева М. В. Геоэкономическая политика в условиях глобального перераспределения национальных богатств: защита и наступление / М. В. Леденева // Известия Волгоградского гос. тех. ун-та : межвуз. сб. науч. ст. – 2012. – № 16 (103) (Серия "Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива)". – Вып. 14). – С. 23–29.

105. Либман А. М. Власть и организационное развитие / А. М. Либман // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – № 5. – С. 38–46.

106. Литвиненко А. Н. Экономическая и национальная безопасность: проблема соотношения понятий / А. Н. Литвиненко

// Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского государственного политехнического университета. Экономические науки. – 2013. – № 3 (173). – С. 9–15.

107. Литвиненко Н. П. Роль брендингу в позиціонуванні позитивного іміджу Російської Федерації / Н. П. Литвиненко, Я. Прокопенко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2009. – Вип. 84 (Ч. I). – С. 269–273.

108. Лобас М. Г. Тенденції в диференціації сучасної економічної науки / М. Г. Лобас, В. В. Россоха // АгроІнКом : аграр. інформ. наук.-виробн. журн. – 2012. – № 1/3. – С. 25–30.

109. Лук'яненко Д. Стратегії глобального управління / Д. Лук'яненко, Т. Кальченко // Міжнародна економічна політика. – 2008. – № 1–2 (8–9). – С. 5–43.

110. Луцишин З. Конкурентні девальвації у валютних війнах: фінансові проєкції неопротекціонізму / З. Луцишин, Н. Резнікова // Міжнародна економічна політика. – 2013. – Вип. 2. – С. 48–65.

111. Ляшенко О. М. Економічна безпека та національна конкурентоспроможність в умовах глобалізації / О. М. Ляшенко, Б. В. Плєскач, В. К. Бантуш // Культура народів Причорномор'я. – 2009. – № 161. – С. 113–118.

112. Мазуренко В. І. Світові фінансові кризи та національна економічна безпека: теорія і методологія : монограф. / В. І. Мазуренко. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2007. – 511 с.

113. Макаренко М. В. Особливості управління стратегічним потенціалом промислових підприємств / М. В. Макаренко, О. О. Панчоха // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2012. – Вип. 2. – Т. 1. – С. 54–57.

114. Макогон Ю. В. Інвестиційна привабливість України в умовах трансформації світового господарства / Ю. В. Макогон, К. В. Лисенко // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності – 2012. – Вип. 2. – Т. 1. – С. 7–13.

115. Макогон Ю. Стратегія інноваційного розвитку України в контексті інтеграції до Європейського Союзу / Ю. Макогон, Є. Медведкіна // Журнал європейської економіки. – 2008. – № 1. – С. 43–56.

116. Макушкин А. Г. Сборка центров силы / А. Г. Макушкин // Рефлексивные процессы и управление : сб. мат. VIII Международного симпозиума, 18–19 октября 2011 г., г. Москва / под ред. В. Е. Лепского. – М. : "Когито-Центр", 2011. – С. 175–178.

117. Малова Т. А. Капитализация российских активов: факторы, приоритеты / Т. А. Малова // Аудит и финансовый анализ. – 2005. – № 3. – С. 141–147.

118. Мамон Н. В. Национальная экономическая безопасность : сущность и иерархическая структура [Электронный ресурс] / Н. В. Мамон. – Режим доступа : <http://www.kstu.edu.ru/science/vestnik/18/doc/2-1.doc>.

119. Маркс К. Экономико-философские рукописи 1844 года [Электронный ресурс] / К. Маркс. – Режим доступа : <https://www.marxists.org/russkij/marx/1844/manuscr>.

120. Марущак В. П. Господарський кодекс і правове регулювання планування [Електронний ресурс] / В. П. Марущак. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/e-journals/tppd/-2011_8/zmist/R_2/12Marushak.pdf.

121. Матвеев В. В. "Європа: єдність у різноманітті": Переваги та непевності сьогочасного іміджу Європейського Союзу / В. В. Матвеев, О. Присяжнюк // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2008. – Вип. 79 (Ч. I). – С. 68–72.

122. Медведкіна Є. О. Валютні дисбаланси та монетарні процеси в Україні в контексті забезпечення фінансової безпеки / Є. О. Медведкіна, В. А. Золотько // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер.: Економічні науки. – 2013. – № 2. – С. 81–87.

123. Мид У. Власть, террор, мир и война. Большая стратегия Америки в обществе риска / У. Мид. – М. : Прогресс-традиция, 2006. – 208 с.

124. Михайлов Е. Е. Принципы обеспечения международной безопасности в топливно-энергетическом комплексе мировой экономики / Е. Е. Михайлов // Балтийский экономический журнал. – 2011. – № 2(6). – С. 172–181.

125. Михайловська О. В. Інформаційне середовище інноваційно-інвестиційної діяльності в умовах глобалізації : автореф. дис. ...д-ра екон. наук : спец. 08.00.02 "Світове господарство і міжнародні економічні відносини" / Оксана Володимирівна Михайловська ; Інститут світової економіки і міжнар. відносин. – К., 2010. – 33 с.

126. Михайловська О. В. Інформаційні асиметрії в світових інноваційно-інвестиційних процесах / О. В. Михайловська // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 6. – С. 21–26.

127. Михайловська О. В. Модель інформаційних потенціалів у розподілі світових потоків інвестицій / О. В. Михайловська // Інвестиції: практика та досвід. – 2009. – № 8. – С. 6–12.

128. Мовсеян А. Роль фактора влади в економіці / А. Мовсеян, А. Либман // Економист. – 2002. – №1. – С. 58–64; цит. за: Выголко Т. А. Появление власти в экономической жизни / Т. А. Выголко // Наукові праці ДонНТУ. Сер.: Економічна. 2009. – Вип. 36–2. – С. 34–38.

129. Моделирование экономической безопасности: держава, регион, предприятие : монограф. / В. М. Геєць, М. О. Кизим, Т. С. Клебанова, О. І. Черняк та ін.; за ред. В. М. Гейця. – Х. : ВД "ІНЖЕК", 2006. – 240 с.

130. Мозговий О. Інтегративно-індексний метод оцінювання рівня фінансової глобалізації країн світу / О. Мозговий, Н. Стукало // Міжнародна економічна політика. – 2009. – Вип. 1–2. – С. 5–32.

131. Моїсеєнко О. М. Проблема влади в інституціональній теорії / О. М. Моїсеєнко // Бізнесінформ. – 2011. – № 10. – С. 166–170.

132. Мокій А. І. Формування полюсів конкурентоспроможності як чинник підвищення економічної безпеки регіонів / А. І. Мокій, Н. А. Мікула, О. І. Дацко // Вісник Сумського нац. аграр. ун-ту. Серія : Економіка і менеджмент. – 2013. – Вип. 5. – С. 3–8.

133. Мокій А. І. Структурні деформації та диспропорції та конкурентоспроможність економіки України / А. І. Мокій, М. І. Флейчук, А. М. Гуменюк // Проблемы и перспективы развития сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества и

ГУАМ : сб. науч. трудов. – О. ; Севастополь ; Донецк : ДонНУ, РФ НИСИ в г. Донецке, 2011. – С. 503–511.

134. Мухаметов Р. С. Внешнеполитические приоритеты России в Ближнем Зарубежье: основные средства реализации / Р. С. Мухаметов // Известия Уральского гос. ун-та. Сер. 3: Общественные науки. – 2009. – № 3 (69). – С. 34–40.

135. Мухаметов Р. С. Национальные интересы России на постсоветском пространстве: сущность и основные средства реализации : автореф. дис. ...канд. полит. Наук : спец. 23.00.02 / Р. С. Мухаметов ; Урал. гос. ун-т им. А. М. Горького. – Екатеринбург, 2009. – 20 с.

136. "М'яка сила" України в регіоні: інструмент ефективної зовнішньої політики. – К. : Інститут світової політики, 2011. – 111 с.

137. Навроцька Н. А. Конкурентоспроможність української економіки в умовах глобалізації / Н. А. Навроцька // Вісник Донецького національного університету. Серія В: Економіка і право. – 2010. – № 2. – С. 278–285.

138. Навроцька Н. А. Провідні тенденції глобалізації заощаджень та інвестицій в світовій економіці / Н. А. Навроцька // Проблеми економіки. – 2013. – № 2. – С. 12–19.

139. Нагорняк Т. Країна як бренд. Національний бренд "Україна" / Т. Нагорняк // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 4 (9). – С. 220–228.

140. Най Дж. "Мякая" сила и американо-европейские отношения / Джозеф С. Най // Свободная мысль – XXI. – 2004. – № 10. – С. 20–24.

141. Най Дж. Будущее американской власти. Доминирование и упадок в перспективе / Джозеф Най младший // Россия в глобальной политике. – 2010. – Т. 8. – № 6. – С. 30–43.

142. Най Дж. Сомнительная экономическая мощь Китая [Электронный ресурс] / Джозеф С. Най // Логос-Пресс. Экономическое обозрение. – 2014. – № 42. – Режим доступа : <http://dlib.eastview.com/browse/doc/42641853>.

143. Наливайко А. П. Теорія стратегії виробництва. Сучасний стан та напрями розвитку країни : монограф. / А. П. Наливайко. – К. : КНЕУ, 2001. – 227 с. ; цит. за: Гамов М. С. Регіональна

конкурентоспроможність економіки України : навч. посіб. / М. С. Гамов, О. І. Шнирков. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2011. – 292 с.

144. Насадюк І. Б. Гравітаційна модель міжнародних економічних відносин України / І. Б. Насадюк // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Вип. 1 (44). – С. 94–99.

145. Национальная экономика : учеб. / под. общ. ред. В. А. Шульги. – М. : Изд-во Рос. экон. акад., 2002. – 592 с. ; цит. за: Кондратюк О. І. Економічний потенціал країни, його суть та тенденції розвитку / О. І. Кондратюк // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 3. – С. 91–98.

146. Национальная экономика : учеб. / под. ред. П. В. Савченко. – М. : Экономистъ, 2005. – 813 с. ; цит. за: Кондратюк О. І. Економічний потенціал країни, його суть та тенденції розвитку / О. І. Кондратюк // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 3. – С. 91–98.

147. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.belstat.gov.by>.

148. Національний банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bank.gov.ua>.

149. Нікешина Н. Участь України у процесах транснаціоналізації світового господарства / Н. Нікешина // Наука молода. – 2009. – № 11. – С. 70–73.

150. Ольшевский В. Экономика национальной безопасности: сущность, особенности, проблемы изучения / В. Ольшевский // Экономические исследования. – 2011. – № 5. – Режим доступа : <http://cyberleninka.ru/article/n/ekonomika-natsionalnoy-bezopasnosti-suschnost-osobennosti-problemy-izucheniya>.

151. Пахомов С. Ю. Економічне зростання в контексті інституціоналізму / С. Ю. Пахомов // Формування ринкових відносин в Україні. – 2013. – № 4. – С. 11–16.

152. Пахомов С. Ю. Зростання впливу ТНК на глобальні процеси в контексті сучасної трансформації ролі держави / С. Ю. Пахомов // Формування ринкової економіки. – 2009. – № 21. – С. 411–414.

153. Педь І. В. Міжнародна податкова конкуренція : автореф. дис. ...д-ра екон. наук : 08.00.02 "Світове господарство і міжнародні економічні відносини" / Ірина Валеріївна Педь ; Інститут світової економіки і міжнар. відносин НАН України. – К. : Б. в., 2010. – 33 с.

154. Перкінс Дж. Исповедь экономического убийцы [Электронный ресурс] / Дж. Перкінс, 2005. – Режим доступа : http://rot.ems.ru/john_perkins-confessions.html.

155. Пилипенко А. А. Економічна влада як передумова активізації процесів соціально-економічного розвитку інтегрованих структур / А. А. Пилипенко // Коммунальное хозяйство городов. Сер.: Экономические науки. – Х. : Харьковский нац. ун-т городского хозяйства им. А. Н. Бекетова, 2008. – № 83. – С. 169–177.

156. Піпченко Н. О. Імідж України у блогосфері / Н. О. Піпченко // Економічний часопис – XXI. – 2014. – № 1–2 (1). – С. 7–10.

157. Поверляк Т. І. Визначення понять "економічна стабільність" та "економічна стійкість" [Електронний ресурс] / Т. І. Поверляк. – Режим доступу : <http://intkonf.org/poverlyak-t-i-viznachennya-ponyat-ekonomichna-stabilnist-ta-ekonomichna-stiykist/>.

158. Полунєєв Ю. Конкурентоспроможність країни як національна ідея / Ю. Полунєєв // Дзеркало тижня. – 2005. – № 10. – С. 12 ; цит. за : Гамов М. С. Регіональна конкурентоспроможність економіки України : навч. посіб. / М. С. Гамов, О. І. Шнірков. – Запоріжжя : ЗНТУ, 2011. – 292 с.

159. Полунєєв Ю. В. Конкурентоспроможність країни як економічна категорія та стратегія розвитку / Ю. В. Полунєєв // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2010. – Вип. 94 (Ч. II). – С. 189–204.

160. Поручник А. М. Глобальна соціально-інтелектуальна місія університетів як провідних інститутів постіндустріального суспільства / А. М. Поручник / Ресурси та моделі глобального економічного розвитку : монограф. / Д. Г. Лук'яненко, А. М. Поручник, А. М. Колот, Я. М. Столярчук, та ін.; за заг. ред. Д. Г. Лук'яненка та А. М. Поручника. – К. : КНЕУ, 2011. – С. 599–622.

161. Поручник А. М. Глобальні імперативи транснаціоналізації національних економік / А. М. Поручник, Я. М. Столярчук // Формування ринкової економіки : зб. наук. праць / М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана"; редкол.: О. О. Беляєв (відп. ред.) [та ін.]. – К. : КНЕУ, 2009. – Вип. 21. – С. 257–278.

162. Поручник А. Формування інституційних передумов системи глобального управління / А. Поручник, Ю. Гайдай // Міжнародна економічна політика. – 2008. – № 1–2. – С. 44–87.

163. Постсоветский институционализм : монограф. / под ред. Р. М. Нуреева, В. В. Дементьева. – Донецк : Каштан, 2005. – 480 с. ; цит. за: Выголко Т. А. Появление власти в экономической жизни / Т. А. Выголко // Наукові праці ДонНТУ. Сер.: Економічна. 2009. – Вип. 36–2. – С. 34–38.

164. Пушкарев Е. К. Международно-правовые аспекты применения экономической силы государства / Е. К. Пушкарев // Проблемы безопасности российского общества. – 2012. – № 3. – С. 198–203.

165. Радиков И. "Мягкая сила" как современный атрибут великой державы / И. Радиков, Я. Лексютина // Мировая экономика и международные отношения. – 2012. – № 2. – С. 19–26.

166. Резникова Н. В. Проблема поиска нового баланса сил в условиях биполярной валютной системы / Н. В. Резникова // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2012. – Вип. 108 (Ч. II). – С. 46–52.

167. Резникова Н. В. Проблеми трансформації міжнародної валютної системи в умовах багатополарності глобальної економіки / Н. В. Резникова, М. М. Відякіна // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект : сб. науч. трудов. – Донецк : ДонНУ, 2011. – Т. 2. – С. 256–262.

168. Резникова Н. В. Глобальна економічна взаємозалежність: сучасна парадигма та детермінанти модифікації : монограф. / Н. В. Резникова. – К. : Вид-во ТОВ "ВІСТКА", 2013. – 456 с.

169. Резнікова Н. В. Економічна експансія в умовах становлення нового каркасу міжкраїнової взаємодії // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2012. – Вип. 111 (Ч. II). – С. 90–100.

170. Рижков М. М. Аналіз використання брендів у формуванні іміджу країни / М. М. Рижков, Р. Шинкаренко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2011. – Вип. 100 (Ч. I). – С. 188–192.

171. Рижков М. М. Забезпечення національних інтересів України в контексті використання несилових впливів / М. М. Рижков, Г. А. Піскорська // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2011. – Вип. 100 (Ч. I). – С. 59–69.

172. Рижков М. М. Іміджування брендів: національна практика / М. М. Рижков, К. Ілляшенко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2008. – Вип. 79 (Ч. I). – С. 155–163.

173. Рижков М. М. Колективна ідентичність в формуванні позитивного іміджу держави / М. М. Рижков, О. Кутузова // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2008. – Вип. 79 (Ч. I). – С. 142–143.

174. Рогач О. І. Характерні риси розвитку міжнародного виробництва ТНК в посткризовий період / О. І. Рогач // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2013. – Вип. 112 (Ч. II). – С. 81–85.

175. Романова Т. А. Евросоюз как нормативная сила и проблемы ее восприятия в России как барьер на пути политико-правового сближения / Т. А. Романова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 6. – 2011. – Вип. 1. – С. 52–66.

176. Руденко-Сударева Л. В. Переваги і ризики транснаціоналізації економічного розвитку України / Л. В. Руденко-Сударева // Національна безпека: український вимір. – 2008. – Вип. 1–2 (20–21). – С. 58–68.

177. Русакова О. Ф. "Мягкая" сила стран Азии / О. Ф. Русакова // Известия Уральского федерального университета. Сер. 2: Гуманитарные науки. – 2012. – № 4 (108). – С. 250–258.

178. Русакова О. Ф. Soft power как стратегический ресурс и инструмент формирования государственного бренда: опыт стран Азии / О. Ф. Русакова // Известия Уральского федерального университета. Сер. 3: Общественные науки. – 2013. – № 3 (118). – С. 52–61.

179. Сабадан О. Сучасні військові доктрини Японії як фактор системи безпеки регіону / О. Сабадан // Актуальні проблеми міжнародних відносин: зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2011. – Вип. 98 (Ч. I). – С. 21–23.

180. Савчук К. Д. Транснаціональне суперництво в глобальному економічному розвитку / К. Д. Савчук // Вісник КНУТД. – 2012. – № 5. – С. 331–335.

181. Савчук Н. В. Світовий досвід формування доходів бюджету та перспективи його адаптації в Україні / Н. В. Савчук // Фінанси України. – 2014. – № 3. – С. 23–36.

182. Савялов Р. В. Фактор силы в международных отношениях как проблема международной политической теории [Электронный ресурс] / Р. В. Савялов. – Режим доступа : <http://www.xserver.ru/user/fsvmo/>.

183. Сардар З. Почему люди ненавидят Америку? / З. Сардар, М. В. Дэвис ; пер. с англ. С. Л. Могилевский. – М. : Изд-во Проспект, 2003. – 240 с.

184. Седляр Ю. О. Теоретичні засади дослідження економічних санкцій як інструменту зовнішньої політики держави / Ю. О. Седляр // Наукові праці : наук.-метод. журн. Сер.: Політологія. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – Т. 131. – Вип. 118. – С. 152–156.

185. Седова А. В. Проблема власти в истории экономической мысли / А. В. Седова // Вестник Оребургского гос. пед. ун-та. Гуманитарные науки. – 2007. – № 3 (49). – С. 45–54.

186. Семенова Ж. І. Маркетинг в Україні: становлення та перспективи / Ж. І. Семенова // Молодь: освіта, наука, духовність : тези доп. – К. : Університет "Україна", 2008. – Ч. І. – С. 148–149.

187. Сенчагов В. К. Экономическая безопасность: геополитика, глобализация, самосохранение и развитие (книга четвертая) / В. К. Сенчагов / Институт экономики РАН. – М. : ЗАО "Финстатинформ", 2002. – 128 с.

188. Сіденко С. В. Проблеми забезпечення конкурентоспроможності в інформаційному суспільстві / С. В. Сіденко // Теоретичні та прикладні питання економіки : зб. наук. праць. – К. : КНУ ім. Тараса Шевченка, Ін-т конкурент. сусп-ва, 2009. – Вип. 19. – С. 304–309.

189. Скалозуб Е. Н. Глобальный английский как язык взаимопонимания между людьми / Е. Н. Скалозуб, М. А. Никифоров, А. А. Попов // Філософсько-педагогічні аспекти формування свідомості технічної інтелігенції : мат. міжвуз. наук.-практ. конф., 14 березня 2013 р. – Красноармійськ, КП ДонНТУ, 2013. – С. 210–213.

190. Скачко Д. П. Антидемпінгові, компенсаційні та спеціальні заходи як адміністративно-господарські санкції: дослідження правової природи / Д. П. Скачко // Приватне право і підприємництво: зб. наук. праць / редкол. О. Д. Крупчан [та ін.]. – Вип. 9. – К., 2010. – С. 137–141.

191. Слука Н. А. Эволюция концепции "мировых городов" / Н. А. Слука // Региональные исследования. – 2005. – № 3. – С. 19–37.

192. Соколов С. Н. Современные внешнеторговые сферы влияния стран мира / С. Н. Соколов // "Анализ тенденций и перспектив развития экономики, управления и права": мат. II междунар. науч.-практ. конф. (г. Донецк, 25-27 ноября 2013 г.) / Научный журнал «Аспект» № 22. – Донецк : Изд-во «Цифровая типография», 2013. – 120 с. – С. 7–14.

193. Старостіна А. Міжнародний імідж країни: практичні аспекти аналізу / А. Старостіна, В. Кравченко, Г. Личова // Маркетинг в Україні. – 2011. – № 3. – С. 49–58.

194. Старостіна А. Міжнародний імідж країни: сутність, фактори формування, рівні сприйняття / А. Старостіна, В. Кравченко, Г. Личова // Маркетинг в Україні. – 2010. – № 4. – С. 61–66.

195. Старостіна А. О. Критерії вибору стратегії просування бренда країни / А. О. Старостіна, О. В. Антонюк // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – № 9. – С. 11–14.

196. Степаненко С. В. Підвищення ефективності процесів суспільного відтворення та використання національного багатства / С. В. Степаненко // Теорія та практика державного управління. – 2013. – Вип. 3. – С. 81–88.

197. Столярчук Я. М. Асиметрія глобального розвитку: соціально-економічний вимір : автореф. дис. ...д-ра екон. наук : 08.00.02 "Світове господарство і міжнародні економічні відносини" / Ярослава Михайлівна Столярчук; ДВНЗ "Київський нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана". – К. : Б. в., 2009. – 34 с.

198. Столярчук Я. М. Суперечності глобальної монополізації капіталу / Я. М. Столярчук // Регіональна економіка. – 2008. – № 4. – С. 15–23.

199. Стукало Н. В. Визначення ролі держави в умовах фінансової глобалізації / Н. В. Стукало // Культура народів Причерномор'я. – 2006. – № 78. – С. 88–91.

200. Сухарев О. С. Адекватность стратегии опережающего развития экономики России в глобальных изменениях / О. С. Сухарев // Экономический анализ: теория и практика. – 2013. – № 47. – С. 2–15.

201. Сухоруков А. І. Проблеми фінансової безпеки : монограф. / А. І. Сухоруков. – К. : НШМБ, 2005. – 140 с.

202. Сюэтун Я. Чжунмэй жуаншили бизцяо (Сравнение мягкой силы Китая и США) / Янь Сюэтун, Сюй Цзинь // Сяньдай гоцзи гуаньси. – 2008. – № 1. – С. 26–27; цит за : Радиков И. "Мягкая сила" как современный атрибут великой державы / И. Радиков, Я. Лексютина // Мировая экономика и международные отношения. – 2012. – № 2. – С. 19–26.

203. Тищенко-Тишковець О. М. Брендинг країн як чинник "м'якої сили" держави / О. М. Тищенко-Тишковець // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2008. – Вип. 79 (Ч. І). – С. 132–135.

204. Тищенко-Тишковець О. М. Практичні й теоретичні передумови виникнення публічної дипломатії як форми "м'якої сили" у системі зовнішньої політики держави / О. М. Тищенко-Тишковець // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2010. – Вип. 94 (Ч. І). – С. 107–113.

205. Ткачев И. Холодная экономическая война / И. Ткачев, А. Сухаревская // РБК daily. – 2014. – № 242. – С. 8.

206. Ткаченко Ю. В. Сучасні підходи до визначення поняття економічної безпеки: структурний аспект / Ю. В. Ткаченко // Економічний простір. – 2009. – № 24. – С. 192–198.

207. Тодд Э. После империи. Pax Americana – начало конца / Эммануэль Тодд; пер. Е. Н. Корендясов. – М. : Международные отношения, 2004. – 235 с.

208. Токарева А. Экономические санкции США и ЕС против России / Анна Токарева // Коммерсант Daily. – 2015. – № 135. – С. 6.

209. Томко М. В. Зовнішньополітичні аспекти імідж України в оцінках зарубіжних експертів / М. В. Томко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2010. – Вип. 94 (Ч. І). – С. 103–106.

210. Тоффлер Э. Метаморфозы власти / Э. Тоффлер. – М. : ООО "Изд-во АСТ", 2003. – 669 с.

211. Украина между санкций // РБК daily. – 2015. – № 175. – С. 7.

212. Уткин А. И. Единственная сверхдержава [Электронный ресурс] / А. И. Уткин. – М., 2002. – 496 с. – Режим доступа : [http://publ.lib.ru/ARCHIVES/U/UTKIN_Anatoliy_Ivanovich/Utkin_A.I._Edinstvennaya_sverhderjava.\(2002\).\[doc-ocr\].zip](http://publ.lib.ru/ARCHIVES/U/UTKIN_Anatoliy_Ivanovich/Utkin_A.I._Edinstvennaya_sverhderjava.(2002).[doc-ocr].zip).

213. Ухалова Т. С. Властные отношения между экономическими агентами / Т. С. Ухалова // Спецпроект: аналіз наукових

досліджень : мат. VII Міжнар. наук.-практ. конф., 14–15 червня 2012 р. – Т. 6: Економіка в деталях. – 2012. – С. 5–7.

214. Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.gks.ru/>.

215. Федоров В. В. Общественное мнение о внешней политике современной России / В. В. Федоров, Д. В. Поликанов // Полития. – 2005. – № 1. – С. 22–39.

216. Федосов В. М. Вплив державного боргу на фінансову безпеку України / В. М. Федосов, Ю. П. Вигівська // Зб. наук. праць Національного ун-ту держ. податкової служби України. – 2012. – № 1. – С. 408–412.

217. Филук Г. М. Методологічні передумови сучасного дослідження монополії / Г. М. Филук // Теоретичні та прикладні питання економіки : зб. наук. праць. – 2009. – № 20. – С. 67–74.

218. Філіпенко А. С. Глобальні форми економічного розвитку: історія і сучасність / А. С. Філіпенко. – К. : Знання, 2007. – 670 с.

219. Філіпенко А. С. Предметна онтологія міжнародної економічної політики / А. С. Філіпенко // Стратегія розвитку України. Економіка, соціологія, право. – 2011. – Т. 1. – № 1. – С. 48–52.

220. Філіпенко А. С. Цивілізаційні виміри економічного розвитку : монограф. / А. С. Філіпенко. – К. : "Знання України", 2002. – 190 с.

221. Фомішина В. М. Роль споживання і заощадження в забезпеченні структурної збалансованості елементів національного багатства / В. М. Фомішина // Бізнес-Навігатор. – 2009. – № 2. – С. 78–91.

222. Фролова Т. О. Суперечності і асиметрії інвестиційної глобалізації / Т. О. Фролова // Економіка та держава. – 2012. – № 6. – С. 31–36.

223. Хаджинов І. В. Огляд зовнішньої торгівлі України: викиди та тенденції / І. В. Хаджинов // Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – Вип. 28. – С. 273–277.

224. Харитонов Е. Эффективность "мягкой силы": проблема оценки / Е. Харитонов // Мировая экономика и международные отношения. – 2015. – № 6. – С. 48–58.

225. Харламова Г. Оцінка ступеню глобалізованості країни в аспекті процесів конвергенції та інтеграції у світі / Г. Харламова // Вісник Київського нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. Сер.: Економіка. – 2015. – Вип. 171. – С. 65–73. DOI: <http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2015/171-6/12>.

226. Ходжаян А. О. Конкурентоспроможність як соціально-економічне поняття і категорія / А. О. Ходжаян // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2008. – № 4. – С. 19–25.

227. Цена экономической войны // РБК daily. – 2014. – № 221. – С. 3.

228. Цзайци Л. "Мягкая сила" в стратегии развития Китая / Лю Цзайци // Полис. – 2009. – № 4. – С. 149–155.

229. Цибульський С. І. Особливості геостратегії держав сучасності / С. І. Цибульський // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2009. – Вип. 84 (Ч. II). – С. 121–128.

230. Циганкова Т. Глобальний бренд країни у сучасних технологіях торговельно-маркетингової діяльності / Т. Циганкова, Т. Завгородня // Міжнародна економічна політика. – 2011. – Вип. 1–2. – С. 5–31.

231. Циганкова Т. Сучасні коаліції та угруповання СОТ у формуванні глобальної торгової політики / Т. Циганкова, Г. Солодковська // Міжнародна економічна політика. – 2010. – Вип. 1–2. – С. 22–40.

232. Чекмарев В. В. Меняющаяся социальность: контуры экономики / В. В. Чекмарев // Материалы международной научной конференции "Регионы в условиях неустойчивого развития", 1–3 ноября 2012 г., г. Шарья – Кострома. – Кострома : КГУ им. Н. А. Некрасова, 2012. – Т. 2. – С. 206–220.

233. Чернов М. И. Военно-экономический потенциал государства и роль оборонно-промышленного комплекса в его обес-

печении / М. И. Чернов // Армия и общество. – 2008. – № 3. – С. 85–92.

234. Ческидов Б. М. Применение экономических санкций и принципы минимизации их воздействия / Б. М. Ческидов // Финансы. – 2014. – № 11. – С. 11–16.

235. Четвериков Е. Две стороны экономических санкций [Электронный ресурс] / Е. Четвериков // Саратовские вести. – 2014. – № 49. – Режим доступа : <http://dlib.eastview.com/browse/doc/41233897>.

236. Чугаев А. А. Динамика доступности благ на рубеже XX–XXI столетий / А. А. Чугаев // Учение В.И. Вернадского о ноосфере и антикризисное социально-экономическое развитие Беларуси : сб. мат. Междунар. науч.-практ. конф., 22–23 октября 2009 г., г. Минск / Институт экономики НАК Беларуси. – Минск : Право и экономика, 2010. – С. 224–227.

237. Чугаев А. А. Международные экономические факторы имиджа России в странах мира / А. А. Чугаев // Економіка та управління підприємствами, регіонами і країнами в умовах ризиків : мат. міжнар. наук.-практ. конф., 27–28 листопада 2014 р., м. Чернігів / ред. кол. : В. П. Ільчук [та ін.] / Мін-во освіти і науки України, Нац. гірн. ун-т. – Д. : НГУ, 2014. – С. 67–70.

238. Чугаев А. А. Оценка экономического роста с учетом динамики распределения доходов / А. А. Чугаев // Мир и Россия: регионализм в условиях глобализации : мат. III Международной науч.-практ. конф. 11–12 ноября 2010 г., г. Москва. – М. : РУДН, 2010. – Ч. 3. – С. 357–365.

239. Чугаев А. А. Структурные элементы экономической силы страны / А. А. Чугаев // *Racja stanu: Studia i materiały*. – *Półrocznik* № 2 (16). – Wrocław: Instytut Studiów Międzynarodowych Uniwersytetu Wrocławskiego, 2014. – С. 167–178.

240. Чугаев А. А. Регуляторные факторы международных инвестиций в малых и больших экономиках / А. А. Чугаев // Международное право и проблемы интеграции (*Beynəlxalq hüquq və inteqrasiya problemləri*). – 2015. – № 4 (44). – С. 228–233.

241. Чугаев О. Вимірювання сили економічного іміджу країн світу [Електронний ресурс] / О. Чугаев // Вісник Київського нац.

ун-ту ім. Тараса Шевченка. Сер.: Економіка. – 2015. – Вип. 12 (177). – С. 67–72. – Режим доступу : DOI: <http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2015/177-12/9>.

242. Чугаєв О. Глобальний перерозподіл економічної сили [Електронний ресурс] / О. Чугаєв // Міжнародні відносини. Сер.: Економічні науки. – 2015. – № 6. – Режим доступу : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/2650/2356.

243. Чугаєв О. Економічна сила країн як невід'ємний атрибут міжнародних економічних відносин / О. Чугаєв // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2013. – Вип. 117 (Ч. II). – С. 203–210.

244. Чугаєв О. Економічна сила як міра впливовості країни у світовій економіці / О. Чугаєв // Вісник Київського нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка. Сер.: Міжнародні відносини. – К. : ВПЦ "Київський університет", 2013. – Вип. 41. – С. 34–38.

245. Чугаєв О. Економічні передумови формування іміджу країни / О. Чугаєв // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2014. – Вип. 119 (Ч. I). – С. 129–139.

246. Чугаєв О. Ефекти величини економіки для міжнародної торгівлі [Електронний ресурс] / О. Чугаєв // Міжнародні відносини. Сер.: Економічні науки. – 2016. – № 7. – Режим доступу : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/2919/2615.

247. Чугаєв О. Міжнародні економічні фактори іміджу світового економічного лідера [Електронний ресурс] / О. Чугаєв // Міжнародні відносини. Сер.: Економічні науки. – 2015. – № 5. – Режим доступу : http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/2558/2267.

248. Чугаєв О. А. Глобальний розподіл м'якої сили економічних і політичних центрів світу / О. А. Чугаєв // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2013. – Вип. 116 (Ч. I). – С. 176–184.

249. Чугаєв О. А. Економічна сила країни у міжнародному середовищі / О. А. Чугаєв // Актуальні проблеми міжнародних

відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2012. – Вип. 110 (Ч. I). – С. 151–152.

250. Чугаєв О. А. Класифікація економічних війн / О. А. Чугаєв // Матеріали наукових заходів: II Міжнародна наук.-практ. конф. "Проблеми і перспективи розвитку світової економіки і міжнародних економічних відносин", 8 жовтня 2015 р., м. Київ; II наук.-практ. круглий стіл "Глобальні соціально-економічні трансформації в XXI столітті", 22 жовтня 2015 р., м. Київ. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, Всеукр. громадська орг. "Українська асоціація економістів-міжнародників", 2015. – С. 59–60.

251. Чугаєв О. А. М'яка і жорстка складові економічної сили країни / О. А. Чугаєв // "Центри сили" в світовій економіці : мат. круглого столу 19 грудня 2013 р., м. Київ. – К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, Корпорація "Науковий парк Київський національний університет імені Тараса Шевченка", 2013. – С. 7–9.

252. Чугаєв О. А. Міжнародна допомога і міграція як напрям спеціалізації малих країн / О. А. Чугаєв // Вісник Дніпропетровського ун-ту. Сер.: Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2016. – Т. 24. – Вип. 8. – С. 104–111.

253. Чугаєв О. А. Міжнародні економічні фактори іміджу ЄС в країнах світу / О. А. Чугаєв // Матеріали наукових заходів : наук. конф. "Проблеми і перспективи розвитку світової економіки і міжнародних економічних відносин", 25 грудня 2014 р., м. Київ; круглий стіл "Перспективи нової глобальної рецесії: механізми протидії", 12 лютого 2015 р., м. Київ. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2015. – С. 4–6.

254. Чугаєв О. А. Міжнародні економічні фактори іміджу США у країнах світу / О. А. Чугаєв // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. пр. – Вип. 123 (Ч. II). – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2015. – С. 113–122.

255. Чугаєв О. А. Міжнародні недержавні суб'єкти економічної сили / О. А. Чугаєв // Актуальні проблеми міжнародних від-

носин : зб. наук. пр. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2015. – Вип. 125 (Ч. I). – С. 138–146.

256. Чугаєв О. А. Оцінка розподілу м'якої економічної сили між країнами світу / О. А. Чугаєв // Сучасні виклики розвитку світової економіки : мат. IV Міжнародної наук.-практ. конф. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, 2015. – С. 67–70.

257. Чугаєв О. А. Привабливість економічної моделі ЄС в умовах економічної нестабільності / О. А. Чугаєв // Творчий внесок професора А. С. Філіпенка у навчально-наукову спеціальність "Світове господарство і міжнародні економічні відносини" : мат. наук. симпозіуму, 17 жовтня 2013 р., м. Київ. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, Всеукраїнська громадська орг-я "Українська асоціація економістів-міжнародників", 2013. – С. 144–147.

258. Чугаєв О. А. Регулювання міжнародної торгівлі в економіці малих і великих країн / О. А. Чугаєв // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. пр. – Вип. 127 (Ч. I). – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2016. – С. 128–137.

259. Чугаєв О. А. Роль неурядових суб'єктів у формуванні економічної сили країни / О. А. Чугаєв // Матеріали наукової конференції "Геостратегічні пріоритети України в політичній, економічній, правовій та інформаційній сферах", 15 жовтня 2015 р., м. Київ. – К. : Київський нац. ун-т імені Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2015. – С. 49–51.

260. Чугаєв О. А. Синхронність економічних циклів як передумова валютної інтеграції / О. А. Чугаєв // Збірник наук. праць Інституту світової економіки і міжнар. відносин НАН України. – 2008. – Вип. 56. – С. 173–183.

261. Чугаєв О. А. Структурні елементи відносин економічної сили між країнами / О. А. Чугаєв // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2014. – Вип. 121 (Ч. II). – С. 128–136.

262. Чугаєв О. А. Структурні ефекти величини економіки країни для міжнародної торгівлі / О. А. Чугаєв // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2015. – Вип. 126 (Ч. II). – С. 125–133.

263. Чугаєв О. А. Суб'єктивне визначення світового економічного лідера / О. А. Чугаєв // Матеріали наукової наукових заходів : наук. конф. "Підвищення стійкості економіки в умовах гео-економічної нестабільності", 26 лютого 2015 р., м. Київ; круглий стіл "Центри сили" в світовій економіці: конкуренція або співробітництво", 15 березня 2015 р., м. Київ. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, Всеукраїнська громадська асоціація "Українська асоціація економістів-міжнародників", 2015. – С. 30–31.

264. Чугаєв О. А. Сфери реалізації економічної сили країни / О. А. Чугаєв // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2015. – Вип. 126 (Ч. I). – С. 145–152.

265. Чугаєв О. А. Тенденції перерозподілу економічної сили у світовому господарстві / О. А. Чугаєв // Матеріали наукових заходів: II Міжнародна наук.-практ. конф. "Проблеми і перспективи розвитку світової економіки і міжнародних економічних відносин", 8 жовтня 2015 р., м. Київ; II науково-практичний круглий стіл "Глобальні соціально-економічні трансформації в XXI столітті", 22 жовтня 2015 р., м. Київ. – К. : Київський нац. ун-т імені Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, Всеукраїнська громадська організація "Українська асоціація економістів-міжнародників", 2015. – С. 14–15.

266. Чугаєв О. А. Валютні резерви та величина економіки / О. А. Чугаєв // Матеріали міжнародної конференції "Мега-тренди світового розвитку та економічні перспективи України", 30 Червня 2016 р., м. Київ. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, ВГО "Українська асоціація економістів-міжнародників", 2016. – С. 70–72.

267. Чужиков В. І. Еволюція методології лідерства міст / В. І. Чужиков, В. С. Орловська // Регіональна економіка. – 2012. – № 1. – С. 38–46.

268. Шаров О. Економіка ЄС: санкції проти Росії та їхній зворотний вплив / О. Шаров // Журнал європейської економіки. – 2015. – Т. 14. – № 2. – С. 166–182.

269. Шаров О. Монетарні та валютні війни як інструмент економічної політики / О. Шаров // Вісник Національного банку України. – 2013. – № 10. – С. 12–19.

270. Швиданенко О. А. Глобальна парадигма конкурентоспроможності: імперативи становлення та розвитку : автореф. дис. ... д-ра екон. наук / Швиданенко Олег Анатолійович; Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана. – К., 2007. – 34 с.

271. Шевченко Г. В. Брендінг-стратегії уряду США у формуванні міжнародного іміджу країни / Г. В. Шевченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2009. – Вип. 85 (Ч. І). – С. 103–113.

272. Шевченко М. М. Генеза сутності поняття "могутність держави" та підходи до кількісного аналізу силового потенціалу наприкінці ХХ століття // Матеріали круглого столу "Шляхи вдосконалення державного управління національною безпекою України" Національної академії державного управління при Президентові України / за заг. ред. Г. П. Ситника. – К. : НАДУ, 2011. – С. 52–57.

273. Шевченко О. В. Теоретичні аспекти оцінювання міжнародного бренду країни / О. В. Шевченко // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2008. – Вип. 79 (Ч. І). – С. 91–100.

274. Шевченко О. В. PR-технології в міжнародних відносинах (європейський досвід та перспективи України) : монограф. – К. : Відділ оперативної поліграфії Інституту міжнар. відносин Київського нац. ун-ту ім. Тараса Шевченка, 2003. – 187 с.; цит. за: Тищенко-Тишковець О. М. Брендінг країн як чинник "м'якої сили" держави / О. М. Тищенко-Тишковець // Актуальні про-

блеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2008. – Вип. 79 (Ч. І). – С. 132–135.

275. Шевченко О. В. Формування державного бренду: параметри та вимоги / О. В. Шевченко, А. Петрук // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. пр. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2008. – Вип. 79 (Ч. І). – С. 173–177.

276. Шемет Т. С. Трансформація грошового суверенітету держави в умовах міжнародної конкуренції валют / Т. С. Шемет // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 14. – С. 30–33.

277. Шинкарук Л. В. Економічний вимір участі України в інтеграційних процесах / Л. В. Шинкарук // Вісник Національної академії наук України. – 2014. – № 5. – С. 56–61.

278. Школьний О. О. Інституціонально-структурні чинники формування конкурентних переваг вітчизняних підприємств на світовому ринку / О. О. Школьний // Збірник наук. праць Уманського нац. ун-ту садівництва. – Ч. 2. Економіка. – 2012. – Вип. 78. – С. 32–38.

279. Шнирков О. І. Економічні наслідки укладання угоди про асоціацію України з ЄС з урахуванням можливої реакції Росії // Національна безпека і оборона. – 2013. – № 4-5. – С. 141–142.

280. Шнирков О. І. Внутрішні та зовнішні фактори економічних ефектів зони вільної торгівлі України з ЄС [Електронний ресурс] / О. І. Шнирков // Міжнародні відносини. Сер.: Економічна наука. – 2013. – № 2. – Режим доступу : journals.iir.kiev.ua/index.php/ecn/article/view/135.

281. Шныпко А. С. Экономические войны: истоки, формы, цели, проблемы, перспективы / А. С. Шныпко. – К. : Генеза, 2007. – 376 с.

282. Шумилов В. М. Международное публичное экономическое право / В. М. Шумилов [Электронный ресурс] / Всероссийская академия внешней торговли. – Изд-во "НИМП", 2001. – Режим доступа : <http://bibliotekar.ru/mezhdunarodnoe-pravo-4/index.htm>.

283. Шумская С. С. Национальное богатство: методологические подходы и оценки по Украине / С. С. Шумская // Экономическая теория. – 2006. – С. 62–76.

284. Що для Вас Україна і хто такі українці? : онлайн-опитування [Електронний ресурс] / CFC Consulting Company, 2010. – Режим доступу : <http://www.brandukrainepoll.com/results>.

285. Эмигранты формируют имидж страны // Литовский курьер. – 2012. – № 48. – Режим доступу : <http://dlib.eastview.com/browse/doc/28155960>.

286. Юхименко В. Інтеграційні пріоритети України в контексті світових трансформаційних процесів / В. Юхименко, Т. Місяць // Вісник Київського нац. торг.-екон. ун-ту. – 2013. – № 2. – С. 5–17.

287. Якубовський С. О. Валютно-фінансові чинники зростання зовнішнього боргу України та Росії / С. О. Якубовський // Вісник ОНУ. – 2008. – Т. 13. – Вип. 15. – С. 131–137.

288. Якубовський С. О. Процеси економічної дезінтеграції та їх моделювання // Вісник Міжнародного слов'янського університету. Сер.: Економічні науки. – Х., 2012. – Т. 15. – № 2 (15). – С. 3–8.

289. Якунин В. И. Роль текущего кризиса в изменении финансово-экономической карты мира. Новые возможности для России / В. И. Якунин // Проблемный анализ и государственно-управленческое проектирование. – 2009. – Т. 2. – №. 6. – С. 6–18.

290. Ялі М. Х. Китай після кризи: новий полюс чи центр сили? / М. Х. Ялі // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнар. відносин, 2011. – Вип. 103 (Ч. I). – С. 126–133.

291. 2015 Country RepTrak. The World's Most Reputable Countries [Electronic source]. – Reputation Institute, 2015. – 50 p. – Access mode : <https://www.reputationinstitute.com/Resources/Registered/PDF-Resources/Most-Reputable-Countries-2015.aspx>.

292. 2016 Country RepTrak. The Most Reputable Countries in the World [Electronic source]. – Reputation Institute, 2016. – 38 p. – Access mode : <https://www.reputationinstitute.com/Resources/Registered/External-URL-Resources/2016-Country-RepTrak-Webinar.aspx>.

293. Ahmadi-Esfahani F. Z. Is Strategic Trade Policy Relevant for a Small Country? [Electronic source] / Fredoun Z. Ahmadi-Esfahani, Roland G. Stanmore / Australian Agricultural and Resource Economics Society 1994 Conference (38th), February 8–10, 1994, Wellington, New Zealand. – Access mode : <http://purl.umn.edu/148014>.

294. Akerman A. Country Size, Trade, and Productivity: An Analysis of Heterogenous Firms and Differential Beachhead Costs [Electronic source] / Anders Akerman, Rikard Forslid, 2007. – 29 p. – Access mode : <http://www.etsg.org/ETSG2007/papers/forslid.pdf>.

295. Alesina A. Trade, Growth and the Size of Countries / Alberto Alesina, Enrico Spolaore, Romain Wacziarg // Handbook of Economic Growth / Philippe Aghion and Steven Durlauf (eds.). – Vol. 1. – Part 2. – Amsterdam : North Holland, 2005. – P. 1499–1542. DOI: 10.1016/S1574-0684(05)01023-3.

296. Alesina A. Openness, Country Size and Government / Alberto Alesina, Romain Wacziarg // Journal of Public Economics. – 1998. – № 69 (3). – P. 305–321. DOI: 10.1016/S0047-2727(98)00010-3.

297. Alouini O. Country Size, Growth and Volatility : Document de Travail № 2010-18 / Olfa Alouini, Paul Hubert. – P. : Observatoire Français des Conjonctures Économiques, 2010. – 29 p.

298. America's Global Image Remains More Positive than China's. But Many See China Becoming World's Leading Power. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2013. – 130 p.

299. Amin M. Imports of Intermediate Inputs and Country Size : Policy Research Working Paper № 6758 / Mohammad Amin, Asif Islam. – Washington DC : The World Bank, Development Economics, Global Indicators Group, 2014. – 10 p.

300. Amin M. Trade Facilitation and Country Size : CES Working Paper № 2012.45 / Mohammad Amin, Jamal Ibrahim Haidar. – Paris: Centre d'Economie de la Sorbonne, 2012. – 25 p.

301. AmirKhalkhali S. Capital Mobility, Intertemporal Budget Constraint, Government Policy and Country Size [Electronic source] / Sal AmirKhalkhali, Atul Dar. – Access mode : <http://ecomod.net/sites/default/files/document-conference/ecomod2009/878.pdf>.

302. Angang H. The Rising of Modern China: Comprehensive National Power and Grand Strategy [Electronic source] / Hu Angang, Men Honghua // *Strategy & Management*. – 2002. – № 3. – 36 p. – Access mode : <https://myweb.rolls.edu/tlairson/china/chigrandstrategy.pdf>.

303. Anklesaria Aiyar S. S. Small States: Not Handicapped and Under-Aided, but Advantaged and Over-Aided / Swaminathan S. Anklesaria Aiyar // *Cato Journal*. – 2008. – Vol. 28. – № 3. – P. 449–478.

304. Apetrei A. Country-of-Origin Effect in International Trade / Andreea Apetrei, Claudia Petrușca // *Timișoara Journal of Economics*. – 2010. – Vol. 3. – № 4 (12). – P. 271–276.

305. Arvin M. Are There Country Size and Middle-income Biases in the Provision of EC Multilateral Foreign Aid? / M. Arvin, J. Rice, B. Cater // *The European Journal of Development Research*. – 2001. – Vol. 13. – № 2. – P. 49–57.

306. Association Agreement between the European Union and its Member States, of the one part, and Ukraine of the other part [Electronic source] / European Atomic Energy Community, European Union, The Member States, Ukraine, 2014. – Access mode : <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:22014A0529%2801%29&rid=3>.

307. Bacchetta P. A Theory of the Currency Denomination of International Trade : DNB Staff Reports №. 75 / P. Bacchetta, E. van Wincoop. – Amsterdam : De Nederlandsche Bank, 2002. – P. 41.

308. Baker Institute Policy Report № 35: The Changing Role of National Oil Companies in International Energy Markets [Electronic source]. – The James A. Baker III Institute for Public Policy of Rice University, 2007. – Access mode : http://bakerinstitute.org/media/files/Research/5be0c5c4/BI_PolicyReport_35.pdf.

309. Balassa B. Country Size and Trade Patterns: Comment / Bela Balassa // *The American Economic Review*. – 1969. – Vol. 59. – №. 1. – P. 201–204. – Cited by: Nyamtseren L. Challenges and Opportunities of Small Countries for Integration into the Global Economy, as a Case of Mongolia : Dresden Discussion Paper in Economics № 13/04 / Lhamsuren Nyamtseren. – Dresden : Dresden University of Technology, 2004. – 45 p.

310. Baldacchino G. The Beak of the Finch: Insights into the Economic Development of Small Economies / Godfrey Baldacchino, Geoffrey Bertram // *The Round Table: The Commonwealth Journal of International Affairs*. – 2009. – Vol. 98. – № 401. – P. 141–160. DOI: 10.1080/00358530902757867.

311. Baldwin D. *Economic Statecraft* / David Allen Baldwin. – Princeton: Princeton University Press, 1985. – P. 6. – Цит. за : Седляр Ю. О. Теоретичні засади дослідження економічних санкцій як інструменту зовнішньої політики держави / Ю. О. Седляр // *Наукові праці : наук.-метод. журн.* – Т. 131. – Вип. 118. Політологія. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2010. – С. 152–156.

312. Baldwin R. *International Trade, Offshoring and Heterogeneous Firms* : Discussion Paper № DP2012-014 / Richard Baldwin, Toshihiro Okubo. – Tokyo, Kyoto : KEIO / Kyoto Joint Global Center of Excellence, 2012. – 18 p.

313. Barber J. *Economic Sanctions as a Policy Instrument* / James Barber // *International Affairs*. – 1979. – Vol. 55. – № 3. – P. 367–384. – Цит. за : Economides S. *The Economic Factor in International Relations* / Spyros Economides, Peter Wilson. – L., N. Y.: I. B. Tauris Publishers, 2001. – 227 p.

314. Barney J. B. *Collective Goods, Free Riding and Country Brands: The Chinese Experience* / Jay B. Barney, Shujun Zhang // *Management and Organization Review*. – 2008. – Vol. 4. – № 02. – P. 211–223. DOI: 10.1111/j.1740-8784.2008.00110.x.

315. Basu K. *The Evolving Dynamics of Global Economic Power in the Post-Crisis World: Revelations from a New Index of Government Economic Power* [Electronic source] / Kaushik Basu, Supriyo De, Rangeet Ghosh and Shweta // *eSocialSciences Working Papers*. – 2011. – № 4666 – 34 p. – Access mode : <http://finmin.nic.in/WorkingPaper/Index%20of%20Government%20Economic%20Power.pdf>.

316. Becerra O. *Foreign Aid in the Aftermath of Large Natural Disasters* : IDB Working Paper № IDB-WP-333 / O. Becerra, E. Cavallo, I. Noy. – Washington, D.C : Inter-American Development Bank, 2012. – 25 p.

317. Becker G. S. Why So Many Mice are Roaring [Electronic source] / Gary S. Becker // Businessweek. – 1994. – November 7. – Access mode : <http://www.bloomberg.com/bw/stories/1994-11-06/why-so-many-mice-are-roaring>.

318. Behar A. Exports and Logistics: Discussion paper № 439 / Alberto Behar, Phil Manners and Benjamin D. Nelson. – Oxford : Oxford University, Department of Economics, 2009. – 21, iv p.

319. Beine M. Brain Drain and its Determinants: A Major Issue for Small States: IZA Discussion Paper № 3398 / M. Beine, F. Docquier, M. Schiff. – Bonn: Institute for the Study of Labor, 2008. – 23 p.

320. Berle A. Power without Property / A. Berle. – N. Y. : Harcourt Brace, 1959. – P. 78. – Цит. за : Ижболдин-Кронберг А. Р. Экономическая власть: актуальность проблемы, границы исследования, основные понятия и категории / А. Р. Ижболдин-Кронберг // Вестник Алтайской академии экономики и права. – 2013. – Спецвып. (32). – Т. 3. – С. 18–22.

321. Bivolaru E. Branding Romania: a PESTEL Framework Based on a Comparative Analysis of Two Country Brand Indexes / Eliza Bivolaru, Robert Andrei, George Vlad Purcăroiu // Management & Marketing. – 2009. – Vol. 4. – № 4. – P. 101–112.

322. Bloom Consulting Country Brand Ranking Tourism Edition 2014-2015 [Electronic source]. – Access mode : http://www.bloom-consulting.com/pdf/rankings/Bloom_Consulting_Country_Brand_Ranking_Tourism.pdf.

323. Bloom Consulting Country Brand Ranking Trade Edition 2014-2015 [Electronic source]. – Access mode : http://www.bloom-consulting.com/pdf/rankings/Bloom_Consulting_Country_Brand_Ranking_Trade.pdf.

324. Boillot J. J. Economic Balance of Powers after the Crisis. Global Perspectives for 2025 East Asia and European Visions [Electronic source] / J. J. Boillot / Conference on International Cooperation in Times of Global Crisis: Views from G20 Countries, CEPII – ICRIER – Bruegel, New Delhi, 14–15 September 2009. – Access mode : <http://www.icrier.org/conference/2009/14-15Sept/pptBoillotconference.pdf>. – Cited by: Donici G.-A. European Union – World Economic Power

/ Gabriel-Andrei Donici, Simona Ionel, Cristian Încălțărău // CES Working Papers. – 2010. – № II (1). – P. 27–41.

325. Boulding K. E. Three Faces of Power / Kenneth E. Boulding. – Newbury Park : Sage Publications, 1989. – 264 p.

326. Brainard S. L. An Empirical Assessment of the Proximity-Concentration Trade-off between Multinational Sales and Trade / S. Lael Brainard // The American Economic Review. – 1997. – Vol. 87. – № 4. – P. 520–544.

327. Brandi L. The Economy of Small States [Electronic source] / Luca Brandi/ – 2004. – Access mode : <http://www.rivistapoliticaeconomica.it/2004/nov-dic/BrandiING.pdf>.

328. Brau R. How Fast are Small Tourist Countries Growing? The 1980–2003 Evidence : Working paper № 2006/14 / Rinaldo Brau, Alessandro Lanza, Francesco Pigliaru – Cagliari, Sassari: Centro Ricerche Economiche Nord Sud, Università di Cagliari, Università di Sassari, 2006. – 20 p.

329. Braunerhjelm P. Can Countries Create Comparative Advantages? R&D-Expenditures, High-tech Exports and Country Size in 19 OECD-countries, 1981–1999 : CESIS Electronic Working Paper № 61 / Pontus Braunerhjelm, Per Thulin. – Stockholm : The Royal Institute of technology, Centre of Excellence for Studies in Science and Innovation, 2006. – 31 p.

330. Bujancă G.-V. The European Soft-Power Dimension in the Eastern Neighbourhood / Cimia-Virginia Bujancă // EUPRINT 2013. The EU as a Model of Soft Power in the Eastern Neighbourhood. Conference Proceedings, May 15-17, 2013, Iași – Romania. – Iași : Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza", 2013. – P. 257–270.

331. Bundy W. P. Elements of Power / William P. Bundy // Foreign Affairs. – 1977. – Vol. 56. – № 1. – P. 1-26.

332. Büthe T. Lecture 15. Wielding Economic Power: Economic Sanctions & Foreign Aid : Duke University PS 93 Guest Lecture [Electronic source] / T. Büthe, 2009. – 36 p. – Access mode : http://people.duke.edu/~buthe/downloads/teaching/Buthe_PS93F09_EconomicPower.pdf.

333. Cadena A. The Growing Economic Power of Cities / Andrés Cadena, Richard Dobbs, Jaana Remes // *Journal of International Affairs*. – 2012. – Vol. 65. – № 2. – P. 1–17.

334. Carayannis E. G. Institutional Learning and Knowledge Transfer Across Epistemic Communities. New Tools for Global Governance / Elias G. Carayannis, Ali Pirzadeh, Denisa Popescu. – New-York: Springer Science + Business Media, LLC, 2012. – 222 p.

335. Cardoso A. R. Trends in Economic Research // *An International Perspective* / Ana Rute Cardoso, Paulo Guimarães, Klaus F. Zimmermann // *Kyklos*. – 2010. – Vol. 63 (4). – P. 479–494. DOI: 10.1111/j.1467-6435.2010.00484.x.

336. Cas S. M. Big Government, High Debt, and Fiscal Adjustment in Small States : Working Paper № WP/08/39 / Stephanie Medina Cas, Rui Ota. – Washington D. C. : International Monetary Fund, 2008. – 45 p.

337. Chang P.-L. Country Image and International Trade : Working Paper № 29–2012 / Pao-Li Chang and Tomoki Fujii. – Singapore : Singapore Management University, 2012. – 47 p.

338. Codrington H. Country Size and Taxation in Developing Countries / Harold Codrington // *The Journal of Development Studies*. – 1989. – Vol. 25. – № 4. – P. 508–520. DOI: 10.1080/00220388908422126.

339. Chugaiev O. A. System-adaptation Economic Power of a Country as a Transformation Efficiency Parameter // III International Scientific Conference "Economic Transformation Processes", November 28, 2014. – Kyiv : Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukrainian Association of International Economics, 2014. – P. 14–16.

340. Chugaiev O. Economic Growth and Change in Income Distribution // *Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць*. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2010. – Вип. 92 (Ч. I). – С. 86–93.

341. Chugaiev O. Economic Growth: Adjustment for Changes in Income Distribution // *Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць*. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шев-

ченка, Інститут міжнародних відносин, 2010. – Вип. 91 (Ч. II). – С. 59–60.

342. Chugaiev O. Internal Economic Image of a Country and Solidarity // Матеріали міжнародного симпозиуму "Соціальна та економічна солідарність – Український вибір", 28 січня 2016 р. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, Всеукраїнська громадська організація "Українська асоціація економістів-міжнародників", 2016. – С. 70–71.

343. Chugaiev O. International Economics Research: Structural Changes in the Past 50 years // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2012. – Вип. 106 (Ч. I). – С. 88–97.

344. Chugaiev O. National Economic Image and Soft Economic Power Evaluation // *Torun International Studies*. – 2015. – № 1(8). – P. 13-25. DOI: <http://dx.doi.org/10.12775/TIS.2015.002>.

345. Chugaiev O. Structural Changes in International Economics Research // II International Conference "Post-Crisis Global Economy: Restoration of Equilibrium", July 5-6, 2011. – Kyiv : Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukrainian Association of International Economics, 2011. – P. 70–71.

346. Conybeare J. A. C. Survivor: Is There an Optimal Country Size? / John A. C. Conybeare // *International Interactions*. – 2009. – № 35. – P. 129–154.

347. Coordinated Direct Investment Survey [Electronic source] / International Monetary Fund. – Access mode : <http://cds.imf.org/>.

348. Country Brand Index 2014-15 [Electronic source] / FutureBrand. – 55 p. – Access mode : <http://www.mumbrella.asia/content/uploads/2014/11/CountryBrandIndex2014.pdf>.

349. Cowan K. Sovereign Debt In The Americas: New Data and Stylized Facts : Documento de Trabajo № 09/2006 / Kevin Cowan, Eduardo Levy Yeyati, Ugo Panizza, Federico Sturzenegger. – Buenos Aires: Escuela de Negocios, Universidad Torcuato Di Tella, Centro de Investigación en Finanzas, 2006. – 37 p.

350. Curtis B. How Switzerland Can Use Social Media to Promote and Protect Its Country Brand : Master's thesis [Electronic

source] / Beatrice Curtis. – Geneva : International University in Geneva, 2011. – 88 p. – Access mode : <https://ru.scribd.com/document/70904949/How-Switzerland-Can-Use-Social-Media-to-Protect-and-Promote-Its-Country-Brand>.

351. Dan M.-C. Recent Trends In Lifestyle Research: A Literature Review Perspective [Electronic source] / M.-C. Dan, S. Vasila-che // Management & Marketing Challenges for Knowledge Society. – 2010. – Vol. 5. – № 4. – P. 111–120. – Access mode : <http://www.managementmarketing.ro/pdf/articole/205.pdf>.

352. Demas W. G. The Economics of Development in Small Countries: With Special Reference to the Caribbean / W.G. Demas. – Montreal: McGill University Press, 1965. – Cited by: Laurent É. Economic Consequences of the Size of Nations, 50 Years on : Document de Travail № 2008-26 / Éloi Laurent. – Paris : Observatoire Français des Conjonctures Économiques, 2008. – 37 p.

353. Diez T. Reflecting on Normative Power Europe / T. Diez, I. Manners // Power in World Politics / Berenskoetter F., Williams M. J. (eds.). – N. Y. : Routledge, 2007. – P. 173–188. – Cited by: Miroshnikov M. Soft Power: Case of the European Union / Maxim Miroshnikov // EUPRINT 2013. The EU as a Model of Soft Power in the Eastern Neighbourhood: Conference Proceedings, 15-17 May, 2013, Iași – Romania. – Iași : Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza", 2013. – P. 257–270.

354. Direction of Trade Statistics [Electronic source] / International Monetary Fund. – Access mode : <http://data.imf.org/?sk=9D6028D4-F14A-464C-A2F2-59B2CD424B85>.

355. Dixit A. Issues of Strategic Trade Policy for Small Countries / Avinash Dixit // The Scandinavian Journal of Economics. – 1987. – Vol. 89. – № 3. Modelling Trade and Trade Policy. – P. 349–367. – Cited by: Ahmadi-Esfahani F. Z. Is Strategic Trade Policy Relevant for a Small Country? [Electronic source] / Fredoun Z. Ahmadi-Esfahani, Roland G. Stanmore / Australian Agricultural and Resource Economics Society 1994 Conference (38th), February 8–10, 1994, Wellington, New Zealand. – Access mode : <http://purl.umn.edu/148014>.

356. Docquier F. Measuring Skilled Migration Rates. The Case of Small States : Policy Research Working Paper № 4827 / Frédéric Docquier, Maurice Schiff. – Washington DC : The World Bank, Development Research Group, Trade Team, 2009. – 32 p.

357. Docquier F. Measuring the International Mobility of Skilled Workers (1990–2000): Release 1.0 : Policy Research Working paper 01/2004 / F. Docquier, A. Marfouk. – Washington, D. C. : The World Bank, 2004. – 37 p.

358. Dos Santos Th. The Structure of Dependence / Theotonio Dos Santos // The American Economic Review. – 1970. – Vol. 60. – № 2. Papers and Proceedings of the Eighty-second Annual Meeting of the American Economic Association. – P. 231-236.

359. Doxey M. International Sanctions in Contemporary Perspective / Margaret Doxey. – Basingstoke: Macmillan, 1987. – 175 p. – P. 4. – Cited by: Economides S., Wilson P. The Economic Factor in International Relations / Spyros Economides, Peter Wilson. – L. ; N. Y. : I. B. Tauris Publishers, 2001. – 227 p.

360. Dumont J.-Ch. "Beyond the Headlines". New Evidence on the Brain Drain / J.-Ch. Dumont, Georges Lemaître // Revue économique. – 2005/6. – Vol. 56. – P. 1275–1299. DOI: 10.3917/reco.566.1275.

361. Duncan R. Obstacles to Economic Growth in Six Pacific Island Countries: Working Paper [Electronic source] / R. Duncan, H. Nakagawa. – Washington, D. C. : The World Bank, 2006. – 67 p. – Access mode : <http://siteresources.worldbank.org/INTDEBTDEPT/Resources/468980-1206974166266/4833916-1206989877225/DuncanNakagawaObstacles.pdf>.

362. East West Global Index 200 [Electronic source] / East West Communications, 2011. – Access mode : <http://www.eastwestcoms.com/global.htm>.

363. Easter Ch. Small States Development: A Commonwealth Vulnerability Index / Christopher Easter // The Round Table: The Commonwealth Journal of International Affairs. – 1999. – Vol. 88. – № 351. – P. 403-422. DOI: 10.1080/003585399107947.

364. Easterly W. Small States, Small Problems? Income, Growth, and Volatility in Small States [Electronic source] / William Easterly,

Aart Kraay. – World Bank, 1999. – Access mode : <http://siteresources.worldbank.org/DEC/Resources/SmallStatesSmallProblems.pdf>.

365. Economic power [Electronic source] / Wikipedia, the Free Encyclopedia. – Access mode : http://en.wikipedia.org/wiki/Economic_power.

366. Economides S., Wilson P. The Economic Factor in International Relations / Spyros Economides, Peter Wilson. – L. ; N. Y. : I. B. Tauris Publishers, 2001. – 227 p.

367. Economies of Emerging Markets Better Rated During Difficult Times. Global Downturn Takes Heavy Toll; Inequality Seen as Rising. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2013. – 91 p.

368. Egger H. Outsourcing and Trade in Spatial World : Working Paper № 1349 / Hartmut Egger, Peter Egger. – Munich : CESifo, 2004. – 46 p.

369. Eichengreen B. Global Shifts [Electronic source] / Barry Eichengreen / Prepared for the Bank of Finland's 200th anniversary symposium, May 5–6, 2011, Helsinki. – Access mode : http://eml.berkeley.edu/~eichengr/Global_shifts_5-17-11.pdf.

370. Eicher T. Trade Creation and Diversion Revisited: Accounting for Model Uncertainty and Natural Trading Partner Effects: Working Paper № WP/08/66 / Theo Eicher, Christian Henn, Chris Papageorgiou. – Washington D. C. : International Monetary Fund, European Department, 2008. – 30 p.

371. Eldridge D. S. Bank Capital Regulation with Asymmetric Countries : Working Paper № 8 / Damien S. Eldridge, Heajin H. Ryoo, Axel Wieneke. – Melbourne : La Trobe University: School of Economics, 2012. – 47 p.

372. Emerson M. Trade Policy Issues in the Wider Europe – that Led to War and not yet to Peace: CEPS working document № 398 / Michael Emerson. – Brussels : Centre for European Policy Studies, 2014. – 12 p.

373. Erixon F. The Twilight of Soft Mercantilism: Europe and Foreign Economic Power [Electronic source] / Fredrik Erixon, 2009. – Access mode : <http://www.ecipe.org/app/uploads/2014/12/img-630094826-0001.pdf>.

374. EU Sanctions against Russia over Ukraine Crisis [Electronic source] / The EU Newsroom, Last update: 24/07/2016. – Access mode : http://europa.eu/newsroom/highlights/special-coverage/eu_sanctions_en.

375. Eurobarometer Surveys [Electronic source] / European Commission. – Access mode : http://ec.europa.eu/public_opinion/index_en.htm.

376. Euromonitor International [Electronic source]. – Access mode : <http://www.portal.euromonitor.com>.

377. European Unity on the Rocks. Greeks and Germans at Polar Opposites. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2012. – 78 p.

378. Eurostat [Electronic source]. – Access mode : http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database.

379. Evans T. L. Understanding the Political Economy of Enforced Dependency in the Globalized World. A Springboard for Sustainability-oriented Action / Tina Lynn Evans, 2011. – 71 p. – Access mode : http://www.feasta.org/documents/enforced_dependency/enforced-dependency.pdf.

380. Fagerberg J. Is There a Large-country Advantage in High-tech? [Electronic source] / Jan Fagerberg. – Oslo : Norwegian Institute of International Affairs, 1995. – 39 p. – Access mode : https://www.researchgate.net/publication/23546914_Is_there_a_large-country_advantage_in_high-tech.

381. Felbermayr G. Optimal Tariffs, Retaliation and the Welfare Loss from Tariff Wars in the Melitz Model : Working Paper № 3474 / Gabriel Felbermayr, Benjamin Jung, Mario Larch. – Munich : CESifo Group, 2011. – 35 p.

382. Frankel J. Does Opening to Trade Make Countries More Vulnerable to Sudden Stops, or Less? Using Gravity to Establish Causality : Working paper № 10957/ J. Frankel, E. Cavallo. – Cambridge, MA: National Bureau for Economic Research, 2004. – 48 p.

383. Frankel J. Slow Passthrough around the World: a New Import for Developing Countries? : Working Paper № 11199 / Jeffrey A. Frankel, David C. Parsley, Shang-Jin Wei. – Cambridge, MA : National Bureau of Economic Research, 2005. – 49 p.

384. Friedberg A. L. Future Tense. Are the United States and China on a Collision Course? / Aaron L. Friedberg // *The New Republic*. – 2011. – May 26. – P. 10–11.

385. Friedmann J. The World City Hypothesis / J. Friedmann // *Development and Change*. – 1986. – № 4. – P. 12–50. – Цит. за : Слук Н. А. Эволюция концепции "мировых городов" / Н. А. Слук // *Региональные исследования*. – 2005. – № 3. – С. 19–37.

386. Frost E. L. What Is Economic Power? [Electronic source] / E. L. Frost // *Global Strategic Assessment 2009: America's Security Role in a Changing World* / ed. by Patrick M. Cronin. – Washington, D. C. : Published for the Institute for National Strategic Studies By National Defense University Press, 2009. – P. 7–15. – Access mode : http://www.ndu.edu/inss/docUploaded/05-GSA2009_Chpt%201.pdf.

387. Fujita M. Strategic Immigration Policies and Welfare in Heterogeneous Countries : Nota di lavoro № 2.2004 / M. Fujita, Sh. Weber. – Milano : Fondazione Eni Enrico Mattei, 2004. – 21 p.

388. Fung K. C. China and Central and Eastern European Countries: Regional Networks, Global Supply Chain, or International Competitors? : Policy Research Working Paper № 4689 / K.C. Fung, Iikka Korhonen, Ke Li, Francis Ng. – Washington D. C.: The World Bank, Development Research Group, Trade Team, 2008. – 43 p.

389. Future of Europe: Special Eurobarometer № 413. – Brussels: European Commission, Directorate-General for Communication, TNS Opinion & Social, 2014. – 83 p. DOI: 10.2775/33476.

390. Galbraith J. K. The Anatomy of Power / J. K. Galbraith. – Boston: Houghton Mifflin, 1983. – 206 p. – Cited by: Miroshnikov M. Soft Power: Case of the European Union / Maxim Miroshnikov // *EUPRINT* 2013. The EU as a Model of Soft Power in the Eastern Neighbourhood: Conference Proceedings, 15–17 May, 2013, Iași – Romania. – Iași: Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza", 2013. – P. 257–270.

391. Galstyan V. Country Size and the Transfer Effect : IIIS Discussion Paper № 204 / Vahagn Galstyan. – Dublin : Institute for International Integration Studies, 2007. – 35 p.

392. García de la Cruz J. J. Map of Interests between the European Union & Latin America and the Caribbean. Contrasts in the

Degree of Interest between the Two Regions [Electronic source] / J. J. García de la Cruz / International Perspective Institute, 2012. – P. 19–55. – Access mode : http://www.minrel.gob.cl/minrel/-site/artic/20130220/asocfile/20130220142345/map_of_interests_between.pdf.

393. Germany Knocks USA off Top Spot for "Best Nation" after 5 Years [Electronic source] / GfK. Growth from Knowledge. – Access mode : <http://www.gfk.com/en-in/insights/press-release/germany-knocks-usa-off-best-nation-top-spot-after-5-years-1>.

394. Global Image of the United States and China [Electronic source]. – Access mode : <http://www.pewglobal.org/2013/07/18/global-image-of-the-united-states-and-china>.

395. Global Opinion of Russia Mixed. Negative Views Widespread in Mideast and Europe. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2013. – 22 p.

396. Global Rating of Integral Power of 100 World's Leading Countries – 2008 / ed. by A. I. Ageev, G. Mensch, R. Matthews. – M. : International League of Strategic Management, Assessment and Accounting, International Academy for Futures Studies, Institute for Economic Strategies, RAS, 2009. – 146 p.

397. Global Strategic Assessment 2009: America's Security Role in a Changing World / ed. by Patrick M. Cronin. – Washington, D. C. : Institute for National Strategic Studies, National Defense University Press, 2009. – 496 p.

398. Global Unease with Major World Powers. Rising Environmental Concern in 47-Nation Survey. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2007. – 129 p.

399. Global Wealth Databook 2014. – Zurich : Credit Suisse Group AG, Credit Suisse Research Institute, 2014. – 156 p.

400. Gnutzmann H. Dancing with the Devil: A Study of Country Size and the Incentive to Tolerate Money Laundering : Discussion Paper № 08-18 / Hinnerk Gnutzmann, Killian McCarthy, Brigitte Unger. – Utrecht : Tjalling C. Koopmans Research Institute, Utrecht School of Economics, Utrecht University, 2008. – 13 p.

401. Goldstone J. A. Rise of the TIMBIs [Electronic source] / Jack A. Goldstone // Foreign Policy. – 2011. – December 2. – Access mode : <http://foreignpolicy.com/2011/12/02/rise-of-the-timbis/#>.

402. Gonzales A. P. Trade and Integration Dialogue: Trade Liberalization and Small Economies / Anthony Peter Gonzales. – Washington D. C. : Inter-American Development Bank, 2001. – 28 p.

403. Google [Electronic source]. – Access mode : <https://www.google.com.ua>.

404. Graham J. Military Power vs Economic Power in History [Electronic source] / James Graham. – Access mode : <http://www.historyorb.com/world/power.php>.

405. Growing Concerns in China about Inequality, Corruption. Ratings for the U.S. Decline. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2012. – 41 p.

406. Guillaumont P. Accounting for Vulnerability of African Countries in Performance Based Aid Allocation : Working paper № 103 / P. Guillaumont, S. Guillaumont-Jeanneney. – Tunis : African Development Bank, 2009. – 24 p.

407. Guiso L. Cultural Biases in Economic Exchange? / Luigi Guiso, Paolo Sapienza and Luigi Zingales // Quarterly Journal of Economics. – 2009. – № 124 (3). – P. 1095–1131. DOI: 10.1162/qjec.2009.124.3.1095.

408. Gur T. H. An Empirical Investigation on the Determinants of the Saving-Investment Interaction / Timur Han Gur, Lutfi Erden, Ibrahim Ozkan // Panoeconomicus. – 2011. – № 3. – P. 343–353. DOI: 10.2298/PAN1103343G.

409. Hafeznia M. R. Presentation a New Model to Measure National Power of the Countries / Mohammad Reza Hafeznia, Seyed Hadi Zarghani, Zahra Ahmadipor, Abdelreza Roknoddin Eftekhari // Journal of Applied Sciences. – 2008. – № 8(2). – P. 230–240.

410. Hall J. C. Estimating the Size of the Trade Sector in the Economic Freedom of the World Index / Joshua C. Hall, Robert Lawson, Chuck Skipton // Economics Bulletin. – 2011. – Vol. 31. – № 1. – P. 466–472.

411. Hall T. An Unclear Attraction: A Critical Examination of Soft Power as an Analytical Category / Todd Hall // The Chinese

Journal of International Politics. – 2010. – Vol. 3. – № 2. – P. 189–211. – Цит. за : Русакова О. Ф. "Мягкая" сила стран Азии / О. Ф. Русакова // Известия Уральского федерального университета. Сер. 2: Гуманитарные науки. – 2012. – № 4 (108). – С. 250–258.

412. Haluani M. The Shaping of the National Power of States: How Capabilities, Advantages and Individual Performance Produce Competitive Regional Hierarchies [Electronic source] / Makram Haluani / Paper prepared for delivery at the Second Global International Studies Conference of the World International Studies Committee (WISC), July 23–26, 2008, Ljubljana. – 32 p. – Access mode : http://www.wiscnetwork.org/ljubljana2008/papers/WISC_2008-48.doc/.

413. Hanson G. H. The Home Market Effect and Bilateral Trade Patterns : Working Paper № 9076 / Gordon H. Hanson, Chong Xiang. – Cambridge, MA: National Bureau of Economic Research, 2002. – 45 p. DOI: 10.3386/w9076.

414. Harris J. Statist Globalization in China, Russia and the Gulf States / Jerry Harris // Perspectives on Global Development and Technology. – 2009. – № 8. – P. 139–163.

415. Hassan T. A. Country Size, Currency Unions, and International Asset Returns : Working Paper № 154 / Tarek A. Hassan. – Wien: Oesterreichische Nationalbank, 2009. – 62 p.

416. Haufler A. Country Size and Tax Competition for Foreign Direct Investment [Electronic source] / Andreas Haufler, Ian Wooton, 1997. – Access mode : http://www.gla.ac.uk/media/media_219038_en.pdf.

417. Havlik P. Vilnius Eastern Partnership Summit: Milestone in EU-Russia relations – not just for Ukraine / P. Havlik // Danube: Law and Economic Review. – 2014. – № 5. – P. 21–51. DOI: 10.2478/danb-2014-0002.

418. Hein E. Macroeconomic Co-ordination as an Economic Policy Concept – Opportunities and Obstacles in the EMU : Discussion Paper № 125 / E. Hein, A. Truger. – The Institute of Economic and Social Research (WSI), Hans-Böckler-Foundation, 2004. – 35 p.

419. Herzog R. W. Explaining the Saving-Investment Relationship with Threshold Effects : Paper № 32087 / Ryan W. Herzog. –

Munich Personal RePEc Archive, 2010. – Access mode : https://mpra.ub.uni-muenchen.de/32087/1/MPRA_paper_32087.pdf.

420. Hirschman A. O. National Power and the Structure of International Trade / Albert O. Hirschman. – Berkeley, Los Angeles, London: University of California Press 1980. – 172 p.

421. Hoekman B. Markups, Entry Regulation, and Trade: Does Country Size Matter? : Policy Research Working paper № 2662 / Bernard Hoekman, Hiau Looi Kee, Marcelo Olarreaga. – Washington D. C. : World Bank, Trade, Development Research Group, 2001. – 37 p.

422. Höhn K. H. Geopolitics and the Measurement of National Power : Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades an der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Fachbereich Sozialwissenschaften der Universität Hamburg : Tag der mündlichen Prüfung: 16. Januar 2013 / Karl Hermann Höhn. – Hamburg, 2011. – 316 p.

423. Horowitz J. M. How Mexicans See America / Juliana Menasce Horowitz [Electronic source]. – Access mode : <http://www.pewglobal.org/2013/05/01/how-mexicans-see-america>.

424. Hu L. The "S" Curve Relationship between Export Diversity and Economic Size of Countries [Electronic source] / Lunchao Hu, Kailan Tian, Xin Wang, Jiang Zhang. – Beijing : Beijing Normal University, 2011. – 17 p. – Access mode : <http://arxiv.org/pdf/1105.5891.pdf>.

425. Hufbauer G. C. Economic Sanctions Reconsidered / Gary Clyde Hufbauer, Jeffrey J. Schott, Kimberly Ann Elliott, Barbara Oegg. – 3rd ed. – Washington, D. C. : Peterson Institution for International Economics, 2007. – 234 p.

426. Hufbauer G. C. Economic Sanctions Reconsidered. In Brief / Gary Clyde Hufbauer, Jeffrey J. Schott, Kimberly Ann Elliott, Barbara Oegg. – 3rd ed. – Washington, D. C. : Peterson Institution for International Economics, 2007. – Access mode : <http://www.iie.com/publications/briefs/sanctions4075.pdf>.

427. Hummels D. The Role of Geography and Size : Occasional Paper № 35 / David Hummels. – Buenos Aires: American Development Bank, Integration and Regional Programs Department, Institute

for the Integration of Latin America and the Caribbean IDB-INTAL, Integration Trade, and Hemispheric Issues Department, 2006. – 55 p.

428. Hummels D. The Variety and Quality of a Nation's Trade : Working Paper № 8712 / David Hummels, Peter J. Klenow. – Cambridge, MA : National Bureau of Economic Research, 2002. – 32 p.

429. Huntington S. P. The U.S. – Decline or Renewal? / Samuel P. Huntington // Foreign Affairs. – 1988. – Vol. 67. – № 2. – P. 76–96.

430. Innes B. International Product Differentiation Through a Country Brand: An Economic Analysis of National Branding as a Marketing Strategy for Agricultural Products : Commissioned Paper № CP 2007-05 / Brian G. Innes, William A. Kerr, Jill E. Hobbs. – Saskatoon : Canadian Agricultural Trade Policy Research Network, 2007. – 34 p.

431. Ishise H. The World Has More Than Two Countries: Implications of Multi-Country International Real Business Cycle Models : IMES Discussion Paper № 2011-E-11 / Hirokazu Ishise. – Tokyo : Institute for Monetary and Economic Studies, Bank of Japan, 2011. – 26 p.

432. Jenes B. Reconsidering the Measurement of Country Image – Theory and Practice / Barbara Jenes // FIKUSZ 2008 Business Sciences Symposium for Young Researchers: Proceedings. – Obuda University, Keleti Faculty of Business and Management, 2008. – P. 65–80.

433. Jiráňková M. Příležitosti malé ekonomiky v globalizaci / Martina Jiráňková // Acta Oeconomica Pragensia. – 2009. – № 3. – P. 25–43 DOI: 10.18267/j.aop.271.

434. Joson S. S. Substitutability of "Buy Local" Policy for Tariff Protection in Small Economies : Working papers № 78 // Sydney: University of Sydney, Department of Economics,. 1985. – № 78. – 27 p.

435. Julius D. US Economic Power: Waxing or Waning? / Deanne Julius // Harvard International Review. – 2005. – Vol. 26. – № 4. – P. 14–19.

436. Kappel R. On the Economics of Regional Powers: Comparing China, India, Brazil, and South Africa: Working Paper № 145 / Robert Kappel. – Hamburg : GIGA German Institute of Global and Area Studies, 2010. – 51 p.

437. Khalaf N. G. Country Size and Economic Instability / Nadim G. Khalaf // *Journal of Development Studies*. – 1976. – № 12 (4). – P. 423–428.

438. Khalaf N. G. Country Size and Trade Concentration / Nadim G. Khalaf // *Journal of Development Studies*. – 1974. – № 11 (1). – P. 81–85.

439. Kindleberger C. P. Power and Money: The Economics of International Politics and the Politics of International Economics / C. P. Kindleberger. – N. Y. ; L. : Basic Books Inc., 1970. – 246 p.

440. Kristensen T. Is Familiarity a Moderator of Brand / Country Alliances in Consumer Choice? / Tore Kristensen, Gorm Gabrielsen, Eugene D. Jaffe // *Transnational Marketing Journal*. – 2014. – Vol. 2. – № 2. – P. 61–77.

441. Kroenig M. Taking Soft Power Seriously / M. Kroenig, M. McAdam, S. Weber // *Comparative Strategy*. – 2010. – № 29 (5). P. 412–431. DOI: 10.1080/01495933.2010.520986.

442. Krugman P. Scale Economies, Product Differentiation, and the Pattern of Trade / Paul Krugman // *The American Economic Review*. – 1980. – Vol. 70 (5). – P. 950-959.

443. Kudryavtsev A. A. A Systemic View of the Soft Power : EUI Working Paper № RSCAS 2014/16 / Andrey A. Kudryavtsev. – San Domenico di Fiesole: European University Institute, Robert Schuman Centre for Advanced Studies, Global Governance Programme, 2014. – 12 p.

444. Kulik S. Two Integration Projects in Europe: Dead End of Struggle : MPRA Paper № 61636 [Electronic source] / S. Kulik, A. Spartak, E. Vinokurov, I. Yurgens, 2014. – Access mode : <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/61636>.

445. Kundnani H. Germany as a Geo-economic Power / Hans Kundnani // *The Washington Quarterly*. – 2011. – Vol. 34 (3). – P. 31-45 DOI: 10.1080/0163660X.2011.587950.

446. Kunz D. B. When Money Counts and Doesn't / Diane B. Kunz // *Diplomatic History*. – 1994. – Vol. 18. – № 4. – P. 451–462.

447. Kuznets S. Economic Growth of Small Nations / Simon Kuznets // *Economic Consequences of the Size of Nations: Proceedings of a Conference Held by the International Economic Association*.

tion / Robinson E. A. G. (Ed.). – N. Y. : St. Martin's Press, 1960. – xxii, 446 p. – Cited by: Laurent É. Economic Consequences of the Size of Nations, 50 Years on : Document de Travail № 2008-26 / Éloi Laurent. – P. : Observatoire Français des Conjonctures Économiques, 2008. – 37 p.

448. Lanza A. Why Are Tourism Countries Small and Fast-Growing? [Electronic source] / Alessandro Lanza, Francesco Pigliaru, 1999. – 18 p. – Access mode : <http://crenos.unica.it/crenos/sites/default/files/wp/99-6.pdf>.

449. Laurent É. Economic Consequences of the Size of Nations, 50 Years on : Document de Travail № 2008-26 / Éloi Laurent. – Paris: Observatoire Français des Conjonctures Économiques, 2008. – 37 p.

450. Le D. N. Linder Hypothesis and Vertical Intra-industry Trade: An Empirical Case of Cosmetic Industry in China : Working Paper № 2012/17 / Le Duc Niem. – Hanoi: DEPOCEN, 2012. – 14 p.

451. Lhotáková M. Analysis of Media Coverage of the Czech Republic and Its Potential Impact on Perception of Czech Republic / Markéta Lhotáková, Petr Král, Yana Shamina, Maria Tisovski // Acta Universitatis Bohemiae Meridionales. – 2012. – Vol. 15 (2). – P. 41–54.

452. Lopes I. A Evolução da Investigação em Turismo: Uma Nova Plataforma de Conhecimento? : Discussion Paper – Spatial and Organizational Dynamics № 3 [Electronic source] / I. Lopes, J. A. Silva, E. Rebelo, G. Castela. Faro: CIEO-Research Centre for Spatial and Organizational Dynamics, University of Algarve, 2010. – 55 p. – Access mode : <http://www.cieo.pt/discussionpapers/3/article4.pdf>.

453. Made in. The Value of Country of Origin for Future Brands [Electronic source] // FutureBrand. – Access mode : http://www.futurebrand.com/images/uploads/studies/cbi/MADE_IN_Final_HR.pdf.

454. Malanciuc B. The Future of Economic Power / Bogdan Simion Malanciuc // Ovidius University Annals. Economic Sciences Series. – 2014. – Vol. XIV. - № 1. – P. 34–37.

455. Marandu E. E. Nation Branding: An Analysis of Botswana's National Brand / Edward E. Marandu, Donatus N. Amanze, Tirubaza

C. P. Mtagulwa // International Journal of Business Administration. – 2012. – Vol. 3. – № 2. – P. 17–27.

456. Mariutti F. G. The Image of Brazil as a Tourism Destination: An Exploratory Study of the American Market / Fabiana Gondim Mariutti, Janaina de Moura Engracia Giralddi, Edson Crescitelli // International Journal of Business Administration. – 2013. – Vol. 4. – № 1. – P. 13–22.

457. Martin Ph. Financial Super-Markets: Size Matters for Asset Trade / Philippe Martin, Hélène Rey. – L. : Centre for Economic Performance, London School of Economics and Political Science, 2000. – 11 p.

458. Martin Ph. The Exchange Rate Policy of the Euro: a Matter of Size? : Document de Travail № 97-06 / Philippe Martin. – P. : Centre d'Études Prospectives et d'Informations Internationales, 1997. – 35 p.

459. Mattoo A. The Elephant in the "Green Room": China and the Doha Round: Policy Brief № Pb11-3 / Aaditya Mattoo, Francis Ng, Arvind Subramanian. – Washington D. C. : Peterson Institute for International Economics, 2011. – 12 p.

460. McCann Ph. Globalisation: Countries, Cities and Multinationals : Jena Economic Research Paper № 2009 – 042 / Philip McCann, Zoltan J. Acs. – Jena : Friedrich Schiller University, Max Planck Institute of Economics, 2009. – 44 p.

461. Mikler J. The Illusion of the "Power of Markets" / John Mikler // Journal of Australian Political Economy. – 2012. – № 68. – P. 41–61.

462. Mill J. S. Essays on Some Unsettled Questions in Political Economy [Electronic source] / J. S. Mill, 1844. – Access mode : <https://www.marxists.org/reference/archive/mill-john-stuart/1844/-unsettled.htm>.

463. Milner C. Country Size and the Medium-Term Growth Process: Some Cross-Country Evidence / Chris Milner, Tony Westaway // World Development. – 1993. – Vol. 21. – № 2. – P. 203–211. DOI: 10.1016/0305-750X(93)90015-2. – Cited by: Brandi L. The Economy of Small States [Electronic source] / Luca Brandi, 2004. – Access mode : <http://www.rivistapoliticaeconomica.it/2004/nov-dic/BrandiING.pdf>.

464. Miroshnikov M. Soft Power: Case of the European Union / Maxim Miroshnikov // EUPRINT 2013. The EU as a Model of Soft Power in the Eastern Neighbourhood: Conference Proceedings, 15–17 May, 2013, Iași – Romania. – Iași: Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza", 2013. – P. 257–270.

465. Nakano T. Theorising Economic Nationalism / Takeshi Nakano // Nations and Nationalism. – 2004. – № 10 (3). – P. 211–229.

466. Napoletano M. Country Size, Appropriate Policy, and Economic Performance: Some Evidence from OECD Countries : Document de Travail № 2009-08 / Mauro Napoletano, Jean-Luc Gaffard. – P. : Observatoire Français des Conjonctures Économiques, 2009. – 63 p.

467. Nascimento D. Recent Trends in the Economics of Innovation Literature through the Lens of Industrial and Corporate Change. FEP Working Paper № 395 [Electronic source] / D. Nascimento, A. A. C. Teixeira. – Porto : Universidade do Porto, Dec. Faculdade de Economia, 2010. – 22 p. – Access mode : [http://www.fep-up.pt/investigacao/workingpapers/10.12.20_wp395.pdf](http://www.fep.up.pt/investigacao/workingpapers/10.12.20_wp395.pdf).

468. Nation Brands 2015. The Annual Report on the World's Most Valuable Nation Brands [Electronic source] / Brand Finance, 2015. – 24 p. – Access mode : http://brandfinance.com/images/upload/nation_brands_2015_for_print.pdf.

469. National power [Electronic source] / Wikipedia, the Free Encyclopedia. – Access mode : http://en.wikipedia.org/wiki/National_power.

470. Nau A. The Strength of a State: Modeling Hard and Soft Power [Electronic source] / Allison Nau / Paper presented at the annual meeting of the The Midwest Political Science Association, Palmer House Hilton, Apr 07, 2005, Chicago, Illinois. – 33 p. – Access mode : http://www.allacademic.com/meta/p84759_index.html.

471. Nyamtseren L. Challenges and Opportunities of Small Countries for Integration into the Global Economy, as a Case of Mongolia : Dresden discussion paper in economics № 13/04 / Lhamsuren Nyamtseren. – Dresden : Dresden University of Technology, 2004. – 45 p.

472. Nye J. S. Soft Power: The Means to Success in World Politics / J. S. Nye. – N. Y. : Public Affairs, 2004. – 191 p. – Cited by : Höhn K. H. Geopolitics and the Measurement of National Power :

Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades an der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Fachbereich Sozialwissenschaften der Universität Hamburg : Tag der mündlichen Prüfung: 16. Januar 2013 / Karl Hermann Höhn. – Hamburg, 2011. – 316 p.

473. Nye J. Soft Power and European American Affairs / J. Nye // *Hard Power, Soft Power and the Future of Transatlantic Relations* / ed. by Th. Ilgen. – Aldershot, Hampshire, England; Burlington, VT: Ashgate, 2006 – P. 25–38.

474. Nye J. S. Declinist Pundits / Joseph S. Nye // *Foreign Policy*. – 2012. – № 196. – P. 64.

475. Nye J. S. Has Economic Power Replaced Military Might? [Electronic source] / Joseph S. Nye. – Prague, N. Y. : Project Syndicate, 2011. – Access mode : <http://www.project-syndicate.org/commentary/has-economic-power-replaced-military-might>.

476. Nye J. S. Future of Power / J. S. Nye. – N. Y. : Public Affairs, 2011. – 300 p. – Cited by: Miroshnikov M. Soft Power: Case of the European Union / Maxim Miroshnikov // EUPRINT 2013. The EU as a Model of Soft Power in the Eastern Neighbourhood: Conference Proceedings, 15–17 May, 2013, Iași – Romania. – Iași: Editura Universității "Alexandru Ioan Cuza", 2013. – P. 257–270.

477. Nye J. S. Power in the Global Information Age: From Realism to Globalization / Joseph S. Nye Jr. – L., N. Y. : Routledge, 2004. – 231 p. – Цит. за: Тищенко-Тишковець О. М. Практичні й теоретичні передумови виникнення публічної дипломатії як форми "м'якої сили" у системі зовнішньої політики держави / О. М. Тищенко-Тишковець // Актуальні проблеми міжнародних відносин : зб. наук. праць. – К. : Київський нац. ун-т ім. Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2010. – Вип. 94 (Ч. I). – С. 107–113.

478. Nye J. S. The Information Revolution and Soft Power [Electronic source] / Joseph S. Nye // *Current History*. – 2014. – Vol. 113 (759). – P. 19–22. – Access mode : <http://nrs.harvard.edu/urn-3:HUL.InstRepos:11738398>.

479. Okubo T. On the Impact of Competition on Trade and Firm Location : CREA Discussion Paper № 2014-05 / Toshihiro Okubo, Pierre

Picard, Jacques-François Thisse. – Luxemburg : Center for Research in Economic Analysis, University of Luxembourg, 2013. – 34 p.

480. Özmen E. Current Account Deficits, Macroeconomic Policy Stance and Governance: An Empirical Investigation : ERC Working Paper in Economics № 04/14 / Erdal Özmen. – Ankara : Economic Research Center, Middle East Technical University, 2004. – 10 p.

481. Paizs L. Asymmetric Competition in the Setting of Diesel Excise Taxes in EU Countries : Discussion paper № MT-DP – 2010/12 / László Paizs. – Budapest : Institute of Economics, Hungarian Academy of Sciences, 2010. – 33 p.

482. Palermo G. Economic Power and the Firm in New Institutional Economic: Two Conflicting Problems / G. Palermo // Journal of Economic Issues. – 2000. – Vol. XXXIV. – № 3. – P. 573-601. – Цит. за: Дементьев В.В. Власть: экономический анализ. Основы экономической теории власти: монограф. / В.В. Дементьев. – Донецк : Каштан, 2003. – 200 с.

483. Panahi H. Size of a Country, Openness and the Economic Growth / Hossein Panahi // World Academy of Science, Engineering and Technology. – 2010. – № 66. – P. 699–705.

484. Pape R. Why Economic Sanctions Do Not Work / Robert A. Pape // International Security. – 1997. – Vol. 22. – № 2. – P. 90–136.

485. Papp-Váry Á. Country Slogans and Logos: Findings of a Benchmarking Study [Electronic source] / Árpád Papp-Váry / Paper presented at the MEB 2010 – 8th International Conference on Management, Enterprise and Benchmarking, June 4–5, 2010, Budapest, Hungary. – P. 199–208. – Access mode : http://kgk.uni-obuda.hu/system/files/14_PAPP-VARYARPAD.pdf.

486. Papp-Váry Á. F. Sell the Country, Sell the Product! (The Role of Country of Origin Effect in the Global Competition) [Electronic source] / Árpád Ferenc Papp-Váry, 2004. – Access mode : <http://kgk.uni-obuda.hu/sites/default/files/PappVary.pdf>.

487. Parteka A. Export Diversification and Development – Empirical Assessment : Quaderni di Ricerca № 359 / Aleksandra Parteka, Massimo Tambari. – Ancona : Università Politecnica delle Marche, Dipartimento di Scienze Economiche e Sociali, 2011. – 38 p.

488. Perkins D. Large Countries: the Influence of Size / D. Perkins, M. Syrquin // *Handbook of Development Economics* / ed. by H. Chenery, T. N. Srinivasan. Vol II. – Amsterdam : Elsevier Science, 1989. – P. 1691–1753. DOI: 10.1016/S1573-4471(89)02019-X.

489. Perroux F. The Domination Effect and Modern Economic Theory / F. Perroux // *Power in Economics* / ed. by K. W. Rothschild. – Harmondworth : Penguin books, 1971. – P. 56-73. Цит. за: Моїсеєнко О. М. Проблема влади в інституціональній теорії / О. М. Моїсеєнко // *Бізнесінформ*. – 2011. – № 10. – С. 166–170.

490. Perry M. Shared Trust in Small Countries. The Limits to Borrowing Model / Martin Perry // *New Economy*. – 2001. – Vol. 8. – № 3. – P. 175–177.

491. Pervasive Gloom About the World Economy. Faith in Hard Work, Capitalism Falter But Emerging Markets Upbeat. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2012. – 55 p.

492. Picci L. The Technological Specialization of Countries: An Analysis of Patent Data : SIRE Discussion paper № SIRE-DP-2013-24 / Lucio Picci, Luca Savorelli. – Edinburg: Scottish Institute for Research in Economics, 2013. – 11 p.

493. Pieretti P. On Tax Competition, Public Goods Provision and Jurisdictions' Size : Discussion paper № 2009/12 / Patrice Pieretti, Skerdilajda Zanjaj. – Louvain-la-Neuve : CORE, 2009. – 20 p.

494. Pieretti P. The Long Run Survival of Small Nations: A Dynamic View : Working paper № 437 / Patrice Pieretti, Skerdilajda Zanjaj, Benteng Zou. – Bielefeld: Bielefeld University, 2010. – 23 p.

495. Pincin J. Foreign Aid and Political Influence of the Development Assistance Committee Countries: Paper № 39668 [Electronic source] / Jared Pincin. – Munich Personal RePEc Archive, 2012. – Access mode : <http://mpira.ub.uni-muenchen.de/39668>.

496. Place Branding Research [Electronic source] // GfK. Growth from Knowledge. – Access mode : <http://www.docfoc.com/gfk-place-branding-pdf>.

497. Preferences of Europeans towards Tourism : Flash Eurobarometer Report № 414. – Brussels : European Commission's Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and

SMEs, TNS Political & Social Network, 2015. – 117 p.
DOI: 10.2873/632880.

498. Public Opinion in the European Union. First Results: Standard Eurobarometer № 83. – European Commission's Directorate-General for Communication, TNS Opinion & Social, 2015. – 44 p.

499. Readiness of Small Countries to Participate in the Free Trade Area of the Americas (FTAA). – Mexico : United Nations Economic Commission for Latin America and the Caribbean, 1996. – 93 p.

500. Reganati F. Two-way International Trade and Production in Italy: a Country / Industry Specific Analysis : Quaderno № 19/2007 / Filippo Reganati, Rosanna Pittiglio. – Foggia : Pittiglio Università degli Studi di Foggia, Dipartimento di Scienze Economiche, Matematiche e Statistiche, 2007. – 17 p.

501. RePEc (Research Papers in Economics) [Electronic source]. – Access mode : <http://repec.org/>.

502. Ricci L. A. Uncertainty, Flexible Exchange Rates, and Agglomeration : Working paper № WP/98/9 / Luca Antonio Ricci. – Washington D. C. : International Monetary Fund, 1998. – 34 p.

503. Ricka F. The Right-Wing Power of Small Countries : Working paper № 153 / Franto Ricka. – L. : European Bank for Reconstruction and Development, 2012. – 31 p.

504. Rodrik D. Why Do More Open Economies Have Bigger Governments? / Dani Rodrik // Journal of Political Economy. – 1998. – № 106. – P. 997–1032.

505. Romaniuk I. The System of Statistical Objective and Subjective Indicators of Measuring Quality of Life / I. Romaniuk // Bulletin of Taras Shevchenko National University of Kyiv. Economics. – 2015. – Vol.169. – P. 46–52. DOI: <http://dx.doi.org/10.17721/1728-2667.2015/169-4/8>.

506. Rose A. K. Surprising Similarities: Recent Monetary Regimes of Small Economies : Working paper № 19632 / Andrew K. Rose. – Cambridge, MA : National Bureau of Economic Research, 2013. – 45 p.

507. Rose A. K. Like Me, Buy Me: the Effect of Soft Power on Exports: Working Paper № 21537 / Andrew K. Rose. – Cambridge, MA : National Bureau of Economic Research, 2015. – 27 p.

508. Rose A. K. Size Really Doesn't Matter: In Search of a National Scale Effect / Andrew K. Rose // *Journal of the Japanese and International Economies*. – 2006. – № 20 (4). – P. 482–507.

509. Rostow W. W. Is There Need for Economic Leadership?: Japanese or U.S.? // *The American Economic Review*. – 1985. – Vol. 75. – № 2. – P. 285–291.

510. Rothkopf D. J. Cyberpolitik: The Changing Nature of Power in the Information Age / David J. Rothkopf // *Journal of International Affairs*. – 1998. – Vol. 51. – № 2. – P. 325–359.

511. Rothschild K. Introduction / K. Rothschild // *Power in Economics* / Ed. by K. Rothschild. – Harmondworth: Penguin, 1971. – P. 7-17. Цит. за: Дементьев В. В. Власть: экономический анализ. Основы экономической теории власти: монография. – Донецк : Каштан, 2003. – 200 с.

512. Sajjad M. W. Soft Power: a Mechanism for Constructing a New Political Reality [Electronic source] / Mohammad Waqas Sajjad // Center for Political Studies Roundtable, May 4, 2011. – Access mode : http://www.academia.edu/909324/Soft_power_a_mechanism_for_constructing_a_new_political_reality.

513. Sasu D. V. Aspects Regarding the Difficult Process of Building a Romanian Tourism Brand / Dinu Vlad Sasu, Nicula Iulia Andreea Băgăian // *Annals of Faculty of Economics*. – 2010. – Vol. 1. – № 2. – P. 1141–1146.

514. Sattler Th. Gravitation or Discrimination? Determinants of Litigation in the World Trade Organisation / Thomas Sattler, Thomas Bernauer // *European Journal of Political Research*. – 2011. – № 50. – P. 143–167. DOI: 10.1111/j.1475-6765.2010.01924.x.

515. Schiavon J. A. Latin American Perceptions of Europe and the European Union / Jorge A. Schiavon, Diego Domínguez // *Stosunki Międzynarodowe – International Relations*. – 2015. – T. 51. – № 1. – P. 127–140.

516. Shambaugh D. China Goes Global: The Partial Power / David Shambaugh. – Oxford ; N. Y. : Oxford University Press, 2013. – 432 p.

517. Shapiro I. Asymmetric Capabilities in Trade Negotiations: Suggestions for Helping the Smaller Economies in the FTAA Proc-

ess [Electronic source] / Ira Shapiro, Robert Cassidy. – Washington D. C. : Inter-American Development Bank, 2002. – Access mode : <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=604912>.

518. Shimp T. A. Consumer Ethnocentrism: Construction and Validation of the CETSCALE / Terence A. Shimp, Subhash Sharma // *Journal of Marketing Research*. – 1987. – № XXIV. – P. 280–289.

519. Shnyrkov O. I. Russia's Concerns for the EU-Ukraine Association: Myths and Realities / O. I. Shnyrkov, O. I. Rogach, O. A. Chugaiev // *Journal Global Policy and Governance*. – 2015. – Vol. 4 – № 2. – P.33-49. DOI 10.14666/2194-7759-4-2-002.

520. Sidenko V. Modification of the World Economy under the Influence of New Factors of Global Transformational Crisis / V. Sidenko // *Ukraine economy*. – 2012. – № 5. – P. 18–31.

521. Sidenko V. Ukraine's Regional Integration Policies: The EU versus the Eurasian Community [Electronic source] / Volodymyr Sidenko, 2013. – Access mode : http://www.razumkov.org.ua/upload/Sidenko_East_European_Studies_2013.pdf.

522. Small States: Making the Most of Development Assistance. A Synthesis of World Bank Evaluation Findings. – Washington D. C.: The World Bank, Independent Evaluation Group, 2006. – 41 p.

523. Small States: Meeting Challenges in the Global Economy: Report of the Commonwealth Secretariat / World Bank Joint Task Force on Small States. – L. ; Washington, D. C. : Commonwealth Secretariat, World Bank, 2000. – 127 p.

524. Soo K. T. Intra-industry Trade: A Krugman-Ricardo Model and Data : Economics Working Paper № 2013/006 / Kwok Tong Soo. – Lancaster : Lancaster University, 2013. – 26 p.

525. Soo K. T. The Volume of Trade in the Smallest Heckscher-Ohlin Model : Working paper № 2005/057 / Kwok Tong Soo. – Lancaster : Lancaster University, 2005. – 9 p.

526. Sparks J. D. The Power Game / John D. Sparks, Guilbert Gates // *Newsweek*. – 2003. – Vol. 142 (25). – P. E16-E17. – Cited by: Höhn K. H. Geopolitics and the Measurement of National Power : Dissertation zur Erlangung des Doktorgrades an der Fakultät Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, Fachbereich Sozialwissen-

schaften der Universität Hamburg : Tag der mündlichen Prüfung: 16. Januar 2013 / Karl Hermann Höhn. – Hamburg, 2011. – 316 p.

527. Stokes B. Emerging Economies – Rich And Confident [Electronic source] / Bruce Stokes. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2012. – Access mode : <http://www.pewglobal.org/2012/07/12/emerging-economies-rich-and-confident>.

528. Stokes B. Europeans Grow Dissatisfied with the Inequities of the Economic System [Electronic source] / Bruce Stokes. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2013. – Access mode : <http://www.pewresearch.org/fact-tank/2013/05/14/europeans-grow-dissatisfied-with-the-inequities-of-the-economic-system>.

529. Stokes B. France and Germany. A Tale of Two Countries Drifting Apart [Electronic source] / Bruce Stokes. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2013. – Access mode : <http://www.pewglobal.org/2013/05/13/france-and-germany-a-tale-of-two-countries-drifting-apart>.

530. Stokes B. Russia, Putin Held in Low Regard around the World. Russia's Image Trails U.S. across All Regions [Electronic source] / Bruce Stokes. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2015. – Access mode : <http://www.pewglobal.org/2015/08/05/russia-putin-held-in-low-regard-around-the-world>.

531. Stokes B. Threat to the EU German Exceptionalism Poses a Challenge [Electronic source] / Bruce Stokes. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2013. – Access mode : <http://www.pewglobal.org/2013/05/14/threat-to-the-eu-german-exceptionalism-poses-a-challenge/>.

532. Stokes B. What Americans Want in 2013 / Bruce Stokes [Electronic source] / Bruce Stokes. – Washington, D. C.: Pew Research Center, 2012. – Access mode : <http://www.pewglobal.org/2012/12/28/what-americans-want-in-2013>.

533. Stokes B. What Japanese and Americans Think about Each Other / Bruce Stokes [Electronic source] / Bruce Stokes. – Washington, D. C.: Pew Research Center, 2013. – Access mode : <http://www.pewglobal.org/2013/03/20/what-japanese-and-americans-think-about-each-other/>.

534. Strange S. States and Markets / Susan Strange. – 2nd Edition. – L. : Continuum, 2003. – 266 p.

535. Strange S. The Retreat of the State. The Diffusion of Power in the World Economy / Susan Strange. – Cambridge : Cambridge University Press, 1996. – 218 p.

536. Streeten P. The Special Problems of Small Countries / P. Streeten // World Development. – 1993. – Vol. 21. – № 2. – P. 197-202. – Cited by: Nyamtseren L. Challenges and Opportunities of Small Countries for Integration into the Global Economy, as a Case of Mongolia : Dresden discussion paper in economics № 13/04 / Lhamsuren Nyamtseren. – Dresden : Dresden University of Technology, 2004. – 45 p.

537. Subramanian A. Eclipse: Living in a Shadow of China's Economic Dominance. – Washington D. C. : Peterson Institute for International Economics, 2011. – 236 p.

538. Tariff download facility [Electronic source] / World Trade Organization. – Access mode : <http://tariffdata.wto.org/Default.aspx?culture=en-US>.

539. The Changing Wealth of Nations [Electronic source]. – Washington, D. C.: The World Bank, 2011. – Access mode : <http://data.worldbank.org/data-catalog/wealth-of-nations>.

540. The China Global Investment Tracker [Electronic source] / The American Enterprise Institute, The Heritage Foundation. – Access mode : http://thf_media.s3.amazonaws.com/2014/xls/China-Global-Investment-Tracker-2014.xls.

541. The Digital Country Index'16 [Electronic source] / Bloom Consulting. – Access mode : <http://www.digitalcountryindex.com>.

542. The Good Country Index [Electronic source]. – Access mode : <http://www.goodcountry.org>.

543. The Growth Report. Strategies for Sustained Growth and Inclusive Development. – Washington, D.C. : The International Bank for Reconstruction and Development, The Commission on Growth and Development, 2008. – 183 p.

544. The Impact of an FTA between Ukraine and the EU. – Oxford : Oxford Economics, Foundation for Effective Governance, 2012. – 136 p.

545. The New Sick Man of Europe: the European Union. French Dispirited; Attitudes Diverge Sharply from Germans. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2013. – 74 p.

546. The Pew Research Center's Global Attitudes Project [Electronic source]. – Access mode : <http://www.pewglobal.org>.

547. The Pew Research Center's Global Attitudes Project. Global Indicators Database [Electronic source]. – Access mode : <http://www.pewglobal.org/database>.

548. The Use of Force in International Relations / Ed. by F. S. Northedge. – L. : Faber and Faber, 1974. – 258 p. – Cited by : Carayannis E. G. Institutional Learning and Knowledge Transfer Across Epistemic Communities. New Tools for Global Governance / Elias G. Carayannis, Ali Pirzadeh, Denisa Popescu. – N. Y. : Springer Science + Business Media, LLC, 2012. – 222 p.

549. The Wealth Reports [Electronic source] / Capgemini, RBC Wealth Management. – Access mode : <http://www.worldwealthreport.com>.

550. The World's Billionaires [Electronic source] / Forbes. – Access mode : <http://www.forbes.com/billionaires>.

551. The World's Most Valuable Nation Brands [Electronic source] / Brand Finance <http://brandfinance.com/press-releases/the-worlds-most-valuable-nation-brands>.

552. Tiits M. Technology-intensive FDI and Economic Development in a Small Country – the Case of Estonia / Marek Tiits // Trames. – 2007. – Vol. 11. – № 3. – P. 324–342.

553. Tisdell C. Economic Prospects for Small Island Economies, Particularly in the South Pacific, in a Globalising World : Economic Theory, Applications and Issues Working Paper № 43 / Clem Tisdell. – Brisbane: The University of Queensland, 2006. – 19 p.

554. Tjandra N. C. Runway logic: "Y" Generation Y Prefer Fashion Brand over Country-of-origin / Nathalia C. Tjandra, Maktoba Omar, Robert L. Williams Jr., John Ensor // Transnational Marketing Journal. – 2013. – Vol. 1. – № 1. – P. 22–40.

555. Toshimitsu T. Should a Large Country Sustain Laissez Faire in the Long-Run? : Discussion paper № 18 / Tsuyoshi Toshimitsu. –

Nishinomiya : School of Economics, Kwansei Gakuin University, 1997. – 21 p.

556. Trade Policy Review Report by Ukraine. – World Trade Organization, 2016. – 18 p.

557. Trends in International Migration. Continuing Reporting System on Migration: Annual Report. – P. : OECD, 2001. – 368 p.

558. Treverton G. F. Measuring National Power: Conference Proceedings / Gregory F. Treverton, Seth G. Jones. – Santa Monica, CA, Arlington, VA, Pittsburgh, PA: RAND National Security Research Division, 2005. – xii, 21 p.

559. U.S. Favorability Ratings Remain Positive. China Seen Overtaking U.S. as Global Superpower. 23-Nation Pew Global Attitudes Survey. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2011. – 158 p.

560. U.S. Public, Experts Differ on China Policies. Public Deeply Concerned About China's Economic Power. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2012. – 48 p.

561. Udrescu M. A. Brand – Image of Recognition of Entrepreneurial Synergy: Paper № 53811 [Electronic source] / Mircea Alecsandru Udrescu, Andrei Buiga. – Munich Personal RePEc Archive, 2013. – Access mode : <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/53811>.

562. Ulmer M. J. Some Reflections on Economic Power and Economic Theory / Melville J. Ulmer // *The Economist*. – 1959. – Vol. 107. – № 1. – P. 338–346.

563. UNCTADStat [Electronic source]. – Access mode : <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>.

564. Urban World: Mapping the Economic Power of Cities: Report [Electronic source] / McKinsey Global Institute, March 2011. – Access mode : http://www.mckinsey.com/insights/urbanization/urban_world.

565. Virmani A. Global Power from the 18th to 21st Century: Power Potential (VIP2), Strategic Assets & Actual Power (VIP) : Working paper № 175 / Arvind Virmani. – New Delhi : Indian Council for Research on International Economic Relations, 2005. – 32 p.

566. Vujakovic P. How to Measure Globalisation? A New Globalisation Index (NGI) : Working paper № 343 / Petra Vujakovic. – Wien : Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung, 2009. – 35 p.

567. Wagner C. G. Small Country Strategies. On the Internet, No One Knows You're a Small Country / C. G. Wagner // The Futurist. – 1999. – Vol. 33. – № 10. – P. 6.

568. Walters J. Power in WTO Dispute Settlement / Jefferey Walters // Journal of Third World Studies. – 2011. – Vol. XXVIII. – № 1. – P. 169–183.

569. Wan H. Jr. Chinese Trade Expansion and Development and Growth in Today's World [Electronic source] / Henry Wan, Jr. / DEGIT X Conference, June 2005, Mexico City. – Access mode : http://degit.sam.sdu.dk/papers/degit_10/C010_004.pdf.

570. Whalley J. Shifting Economic Power [Electronic source] / John Whalley. – L., ON, Munich : University of Western Ontario, Centre for International of Governance Innovation, CESifo Munich, Germany, 2009. – 46 p. – Access mode : <http://www.oecd.org/dev/pgd/45337859.pdf>.

571. Whitney C. B. Soft Power in Asia: Results of a 2008 Multi-national Survey of Public Opinion / Christopher B. Whitney, David Shambaugh. – Chicago, IL: The Chicago Council on Global Affairs, 2009. – 42 p.

572. Wike R. American Star Power Still Rules the Globe / Richard Wike [Electronic source]. – Washington, D. C. : Pew Research Center, 2013. – Access mode : <http://www.pewglobal.org/2013/02/22/american-star-power-still-rules-the-globe>.

573. Wong K.-F. Empowerment as a Panacea for Poverty – Old Wine in New Bottles? Reflections on the World Bank's Conception of Power / Kwok-Fu Wong // Progress in Development Studies. – 2003. – Vol. 3. – № 4. – P. 307–322.

574. World Development Indicators [Electronic source] / The World Bank. – Access mode : <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators>.

575. World Economic Outlook Databases. April 2009 Edition [Electronic source] / International Monetary Fund. – Access mode : <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2009/01/weodata/index.aspx>.

576. World Economic Outlook Databases. April 2014 Edition [Electronic source] / International Monetary Fund. – Access mode : <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2014/01/weodata/index.aspx>.

577. World Economic Outlook Databases. April 2016 Edition [Electronic source] / International Monetary Fund. – Access mode : <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/weodata/index.aspx>.

578. World Economic Outlook Databases. October 2015 Edition [Electronic source] / International Monetary Fund. – Access mode : <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/02/weodata/index.aspx>.

579. Yong J. Economic Security: Redressing Imbalance / Jiang Yong // China Security. – 2007. – Vol. 3. – № 2. – P. 66–85.

580. Zuotao X. EU's Perceptions in China: Teacher, Co-operator, Competitor and Troublemaker / Xiang Zuotao, Ji Wengang // Stosunki Międzynarodowe – International Relations. – 2015. – T. 51. – № 1. – P. 93–106.

ЗМІСТ

Список умовних скорочень	3
Передмова	5
Розділ 1. Теоретичні засади економічної сили країни у світовому господарстві	9
1.1. Поняття економічної сили країни у світовій економічній науці	9
1.2. Види національної економічної сили	46
Розділ 2. Оцінка розподілу економічної сили у світовому господарстві	77
2.1. Сучасний стан і динаміка розподілу твердої економічної сили	77
2.2. Розподіл м'якої економічної сили	101
2.3. Оцінка економічної впливовості субнаціональних і міжнародних суб'єктів	147
Розділ 3. Детермінанти сили національного економічного бренда країни	177
3.1. Фактори м'якої економічної сили країни	177
3.2. Міжнародні економічні фактори ставлення до центрів економічної сили	209
3.3. Оцінка факторів національного економічного бренда України	239
Розділ 4. Міжнародні економічні відносини в умовах асиметрії величини господарських потенціалів країн	257
4.1. Вплив величини економіки на міжнародну торгівлю	257

4.2. Ефекти величини економіки для міжнародних інвестиційних, фінансових та міграційних відносин.....	291
4.3. Регулювання зовнішньоекономічних відносин в економіках різної величини.....	317

Розділ 5. Практика використання

економічного тиску у відносинах між країнами.....	343
--	------------

5.1. Механізм використання економічної сили	343
5.2. Сфери застосування економічної сили у відносинах між країнами	355
5.3. Економічна конфліктогенність відносин ЄС – Росія – Україна на початку ХХІ століття.....	386

Післямова.....	415
-----------------------	------------

Список використаних джерел.....	427
--	------------

Наукове видання

Чугаєв Олексій Анатолійович

ГЛОБАЛЬНІ ВИМІРИ ЕКОНОМІЧНОЇ СИЛИ КРАЇНИ

Монографія

Редактор *Т. Гуз*

Оригінал-макет виготовлено ВПЦ "Київський університет"



Формат 60x84^{1/16}. Ум. друк. арк. 28,8. Наклад 300. Зам. № 217-8137.
Гарнітура Times New Roman. Папір офсетний. Друк офсетний. Вид. № MB18.
Підписано до друку 10.01.17

Видавець і виготовлювач
ВПЦ "Київський університет"

б-р Т. Шевченка, 14, м. Київ, 01601,
☎ (044) 239 32 22; (044) 239 31 72; тел./факс (044) 239 31 28
e-mail: vpc_div.chief@univ.net.ua; redaktor@univ.net.ua
<http://vpc.univ.kiev.ua>

Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 1103 від 31.10.02