

ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КОНТЕКСТІ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ І СТАНОВЛЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Перебіг процесів глобалізації світогосподарських зв'язків дає підстави для більш глибокого осмислення економічної ролі держави, трансформації ролі її інститутів як в національному, так і світовому масштабах. Виникають та загострюються соціально-економічні та інші проблеми національного і глобального масштабу, рішення яких може бути забезпечено лише за активною участю державного втручання. Найбільш поширеною дискусійною проблемою сучасної регулятивної системи є проблема місця та ролі в ній держави, що традиційно асоціюється зі здатністю чи нездатністю уряду країни розробляти й реалізувати незалежну національну економічну політику.

На даному етапі розвитку регулятивних систем невірною слід вважати думку про те, що корпоративна діяльність і сфера державного регулювання є такими, що існують у різних площинах, не перетинаються та абсолютно не підпорядковуються одна одній. Адже насправді до сфери державного регулювання не тільки потрапляють умови корпоративної діяльності, кон'юнктура останньої, а й результативність такої діяльності, реальні глобально-конкурентні позиції структур-представників бізнесу.

У цьому зв'язку для кожної країни об'єктивно виникає потреба зробити так, щоб існував сильний національний уряд, а регулятивний потенціал держави знаходився на тому ж самому рівні, що і стихійний потенціал ринку.

Мета статті полягає у дослідженні теоретичних і практичних аспектів формування державного впливу на системи корпоративного управління в контексті глобалізації і становлення інформаційної економіки.

Тенденція до посилення функцій державного регулювання корпоративної діяльності через систему національних інституцій, а також із застосуванням міжнародних, навіть глобальних регуляторів, виступає безумовною детермінантою сучасного інституційного розвитку. Тому не дивно, що питанням корпоративної організації бізнесу, організаційно-інституційної і правової регламентації діяльності відповідних суб'єктів господарювання в економічній літературі було приділено чимало уваги.

Водночас для більш розгорнутої характеристики методів державного регулювання корпоративних

відносин на сучасному етапі варто взяти до уваги особливості міжнародної практики реалізації моделей регулювання відкритих економічних систем, принципово нові явища та тенденції в житті соціумів, які, як відзначається в економічній літературі, є значущими функціонально та навіть дедалі частіше набувають системного характеру [1, с. 25–33]. Ці нові явища та тенденції пов'язані з поширенням інституційних підходів у регулюванні економічних процесів, які дедалі більшою мірою доповнюють та частково замінюють традиційні макроекономічні інструменти, засоби фінансово-монетарної політики.

У даному зв'язку слід відзначити, що за умов сучасної відкритої економіки як при забезпеченні бажаних впливів на параметри соціально-економічного розвитку, так і при врегулюванні міжнародних економічних відносин, зовнішньої торгівлі, процесів міжнародного інвестування, держави дійсно дедалі частіше утримуються від надмірного втручання в ринкові відносини традиційними методами, які базуються на тарифних підходах. Крім того, безумовним є й те, що у справі державного, інституційного втручання є й зворотній, тінювий бік: часто замість очікуваного поживлення економічної активності, якісного зростання в економіці створюються необґрунтовані індивідуальні та групові пріоритети в комерційній діяльності, посилюються утриманські очікування, що не тільки перешкоджає досягненню поставлених (або декларованих) завдань, але і стримує розвиток приватної підприємницької ініціативи, а також усієї системи ринкової конкуренції. Все це не може не погіршити умови міжнародної конкурентоспроможності в загальнонаціональному масштабі, особливо за умов соціально-економічної відкритості, значної присутності на національних ринках іноземних господарських агентів.

Водночас сказане слід трактувати умовно, і воно аж ніяк не означає послаблення державного впливу на господарських суб'єктів, який реалізується за допомогою науково-технічної політики, цілеспрямованого впливу на пріоритетний, прискорений розвиток інформаційно містких, наукомістких, енергоефективних і ресурсозберігаючих виробництв і технологій. У цьому зв'язку відзначимо, що групі

країн, що протягом 90-х років минулого століття та на початку поточної декади здійснювали більш або менш швидкий та ефективний відхід від централістсько-планових схем і підходів управління національною економікою та формували ринкові механізми у відповідності до спрощених підходів і теоретичних постулатів, довелося у практиці власного господарського життя усвідомити обмеженість і навіть неадекватність алгоритмів, що передбачають застосування виключно монетарно-тарифних індикаторів і засобів регулювання.

Якщо казати про згадані регулятивні засоби, то слід відзначити, що використання тарифних інструментів може мати як різні підстави, так і наслідки. Скажімо, конкретна інституційна модель може активно формувати для певної країни висококонкурентну соціально-економічну систему, бути націленою на розв'язання практичних завдань розвитку в довгостроковій перспективі, а може поставати «пасивною», не бути націленою на завдання покращення гео економічного становища держави.

Більше того, практика найбільш активного інституційного регулювання відкидає ідеї вільного підприємництва та ідеологію децентралізації економічної політики й економічного життя й націлена на максимально активний характер впливу на комерційний сектор. Такий вплив відповідає сучасним уявленням про інституційне регулювання, яке має на меті стимулювання інвестиційних програм, нарощування капітальних активів, будь-яке ефективне залучення фінансових коштів.

Фактично можна казати про специфіку державного регулювання корпоративної діяльності та міжнародно-економічної діяльності бізнесових структур, що є характерною для групи країн, що здійснюють ринкові трансформації. Таке регулювання відбувається у відповідності до загальних напрямів розвитку соціально-економічних процесів у таких країнах, що включають в себе п'ять основних компонентів, а саме: лібералізацію, стабілізацію, приватизацію, структурізацію та інституціоналізацію [2, с. 31]. Причому не йдеться про таке втручання держави в соціально-економічні процеси, метою якого є «нарощування» присутності державних інститутів у той, або інший спосіб: розширення сектора державної власності, активізація податково-бюджетної, тарифно-митної, цінової політики, збільшення ваги інвестиційних програм за участю держави, додаткові напрями відповідальності за підготовку кадрів або у плані регулювання зайнятості тощо. На відміну від спрощеного розуміння ролі держави в економіці, її втручання слід розглядати в контексті системовизначальних і домінуючих впливів (включаючи законодавство, підзаконні акти, правозастосовуючу та регулюючу системи),

метою чого є створення сприятливих умов для вітчизняних і зарубіжних інвесторів, широке стимулювання підприємницької діяльності.

Як відзначається в економічній літературі, «міжнародний досвід економічної політики дає численні приклади застосування різноманітних моделей державного впливу на сферу господарювання». Так, «існування вільної ринкової системи у США не заперечує активного втручання держави, яка насправді є відчутним чинником розвитку промисловості, сільського господарства, упровадження новітніх технологій. І хоча американська модель виходить із пріоритету широкого стимулювання підприємницької активності, збагачення найактивнішої частини населення для зниження можливої соціальної напруженості, держава гарантує прийнятний рівень життя мало забезпеченим прошарком населення за рахунок часткового перерозподілу національного доходу» [3, с. 509].

Дійсно, державне регулювання корпоративних відносин завжди має національне забарвлення й відповідає рисам тієї більш широкої соціально-економічної моделі, яка склалася в певній країні. Так, для згаданої американської економічної моделі, згідно В. Суп'яна, є властивими такі риси, як:

заохочення суспільством і державою підприємницької активності, забезпечення сприятливого підприємницького клімату, наявність суспільної установки на досягнення успіху незалежно від походження й соціального статусу людини;

наявність відносно низького, в порівнянні з іншими розвиненими країнами, рівня перерозподілу валового внутрішнього продукту (ВВП) через державний бюджет (менше 17–18 % через федеральний і близько 30 % через консолідований);

відносно низька питома вага держави в кінцевому ВВП: державна власність представлена лише в атомній енергетиці, виробничій інфраструктурі (мости, дороги, трубопроводи), освіті та охороні здоров'я, і в цілому державний сектор створює лише близько 12 % ВВП країни;

більш обмежене ніж в багатьох інших розвинених країнах, але вельми ефективно державне втручання в економіку;

висока трудова мораль заснована перш за все на протестантській етиці: працьовитості та вірі більшості громадян у власні сили [4, с. 16–28].

Узагальнюючи, слід відзначити, що принциповою метою держави є формування такого режиму економічної діяльності підприємств, який базується на принципах конкуренції та підвищення на її засадах ефективності господарських процесів. Отже не можна відкидати і той факт, що важливим напрямом інституційного розвитку у плані підтримки комерційної діяльності та засобом промислово-технологі-

чної політики в розвинених країнах (ЄС, США, Австралія і Канада) є спрощення корпоративного законодавства та його міжкраїнова гармонізація (особливо це типово для ЄС) в цілях стимулювання інноваційної активності. Так, на думку М. Портера, чим сильніше розвинена конкуренція на внутрішньому ринку країни і вище вимоги покупців, тим більшою є вірогідність успіху компаній з цієї країни на міжнародних ринках і навпаки, послаблення конкуренції на національному ринку призводить, як правило, до втрати конкурентних переваг [5, с. 246–279].

Важливим міркуванням у цьому відношенні є те, що роль і значення міжнародного фактору, взагалі — фактору відкритості економічних систем, значно зростає. Зокрема, в порядку зворотного зв'язку наявність міжнародного збуту, здатність оперативно реагувати на вимоги глобальної конкуренції є умовою успіху і на ринку національному. Причому за умов глобалізації прикладне значення даного міркування тільки збільшується.

Змінюються і пріоритети в застосуванні тих або інших інструментів впливу. Такі принципово різні комплекси методів державного впливу на економіку, окремі її галузі та підгалузі, які пов'язані, з одного боку, із прямим державним фінансовим регулюванням промислового та сільського секторів господарства, а з іншого — із застосуванням методів тарифного захисту національного виробника, «грубим» засобам нетарифного впливу (квотування, ліцензування), дедалі більш виразно поступаються місцем методам непрямого грошово-кредитного та фінансового, а також інституційного регулювання, зокрема політиці амортизації, стандартизаційно-метрологічного контролю, кредитної політики.

Якщо спробувати оцінити весь комплекс форм такої регулятивної політики, що насправді виступає як цілісна соціально-економічна управлінська система, слід передусім відзначити, що це водночас і механізм функціонування інституційних систем регулювання ринку, і процес глибокого оновлення управлінського організму. Цей останній, зважаючи на зарубіжний досвід, має передбачати як ефективне використання власних конкурентних порівняльних переваг тих чи інших соціально-економічних систем, з точки зору використовуваних у практичній діяльності ресурсів, так і використання ефекту міжнародного усупільнення із властивими йому переструктуруванням бізнесових форм, створенням нових вимірів розвитку підприємництва та діяльності інституціональних структур.

Підвищення конкурентоздатності окремих галузей національної економіки і країни в цілому стало важливим критерієм управління на макроекономічному рівні. Причому в сучасній економічній літературі дедалі частіше можна побачити констата-

цію потреби у використанні інструментарію маркетингу при реалізації численних функцій держави, її галузевих і територіальних структур управлінського та регулятивного характеру.

Проблематика використання інструментів маркетингу в державній діяльності включає визначення реальних напрямів та інструментів інституційного втручання. У цьому зв'язку в економічній літературі відзначається, що маркетинг є «ринковим інструментом держави для структурної перебудови господарського комплексу й узгодження інтересів держави, діячів ринку та населення». Причому «формування системи маркетингової діяльності органів державного управління та місцевого самоврядування необхідно розглядати в комплексі з іншими напрямками управління національною економікою та державного будівництва» [6, с. 57].

Методологічні основи такого підходу були закладені відомим американським дослідником-економістом М. Портером, який розглядав державу не тільки як суб'єкта, який встановлює «правила гри», але і як власне маркетингового суб'єкта.

Не можна не погодитися з іншою думкою, що висловлюється в економічній літературі, про те, що головним джерелом добробуту є національні компанії та корпорації. Дійсно, можна констатувати зростання обсягів операцій з боку найбільш потужних комерційних агентів, передусім ТНК, і навіть їхньої сили, суспільної ваги. Але далеко не тільки менеджери корпорацій повинні шукати нові джерела формування та реалізації конкурентних переваг (а саме до такого висновку підштовхує аналіз тенденцій глобалізації та лібералізації економіки). Адже перехід до економіки знань і зростання частини створюваних цінностей саме в інформаційно містких сферах зумовлюють необхідність в інтеграції зусиль макро- та мікрорівнів, інститутів-регуляторів і комерційних агентів. І об'єктивною потребою на сучасному інформаційному і глобалізаційному етапі розвитку є саме посилення значення та ролі державних інститутів, самого суспільства. І вже у цьому контексті можна казати про баланс між інтересами ринкових агентів та інтересами суспільними, про потребу в ефективній підтримці, яку повинні забезпечувати уряди.

У зв'язку з цим в економічній літературі відзначається, що у провідних ринкових країнах не тільки національні уряди, але й адміністрації, або інше керівництво регіональних адміністративно-територіальних одиниць (штатів, земель, департаментів, кантонів, кондомініумів і міст) застосовують інструменти маркетингу з метою динамізації соціально-економічного розвитку. Причому йдеться не просто про перехід державних, зокрема регіональних владних інститутів на принципи роботи, що є властивими бізнесу, а і про те,

що має місце широке застосування методів саме планування та управління для реалізації функціональних повноважень державних органів із задоволенням відповідних потреб суспільства в цілому, окремих громад, осередків тощо (скажімо у США подібна практика розпочалася ще з середини 1970-х років). Особливо відзначається, що метою подібних заходів є створення таких механізмів державного управління, які б дозволяли представнику відповідного інституту державної влади, керівнику такого підприємства керувати ним із такою самою ефективністю, як і в приватній корпорації [7, с. 87–89].

Такий підхід обґрунтовується і тим, що сучасне державне регулювання, зважаючи на інноваційні та техніко-модернізаційні процеси, залежність ринкових відносин і факторів економічного розвитку від зовнішніх впливів, об'єктивно потребує застосування таких типових підходів для маркетингу, як оцінка та ретельне дослідження ринків, потреб споживачів, можливостей їх задоволення, виявлення перспектив розвитку як внутрішніх, так і зовнішніх ринків, підвищення іміджу самої країни та її регіонів з точки зору завдань інвестиційної привабливості, а також їх сприйняття як надійних партнерів у системі міжнародних економічних відносин. Відзначимо, що фактично йдеться про так званий державний маркетинг – комплекс дій, спрямованих на посилення функцій і підвищення ефективності державного регулювання, у зв'язку з необхідністю чого економісти дедалі частіше пишуть, що держава «неодмінно повинна бути або прямим економічним регулятором, або гарантом деяких форм регулювання» [8, с. 66; 9, с. 32]. Відзначимо, що роль такого державного маркетингу додатково зростає й через послаблення значення важелів традиційного адміністративного управління і зростання нетарифних регуляторів якості.

Крім того, слід відзначити, що державне регулювання корпоративної діяльності поширюється і на сферу міжнародних економічних відносин, що проявляється у більш або менш активному та ефективному втручанні держави в міжнародно-торговельні, міжнародно-інвестиційні відносини, а також у процеси міжнародної міграції тощо. Так, як відзначалося в економічній літературі, державні інститути у США постійно шукають шляхи, додаткові інструменти для підтримки національного експорту, здійснюють заходи протекціоністського характеру, гнучко варіюють ставки митних платежів, запроваджують інструменти захисту національних товаровиробників, продуцентів послуг від зовнішніх конкурентів.

У цьому зв'язку відзначимо, що аналогічні пріоритети обстоюються при інституційному регулюванні зовнішньоекономічної політики в Японії. Так, у Країні Сонця безумовними пріоритетами такого регулювання є забезпечення лідируючих позицій

Японії у світовій економіці, в конкретних інтеграційних процесах в АТР; гарантування економічної безпеки власної країни, нарешті – забезпечення адекватних її фінансовій, економічній та технологічній потужності ролі й місця «ключового гравця» у світовій торгівлі та інвестиціях [10, с. 70–75]. У цьому зв'язку В. Новицький узагальнює, що «в Японії, інших країнах Східної Азії, де економічна система є значною мірою державно керованою, це пов'язано з конкретними національними, історичними, культурними традиціями. Часто там використовуються і такі заходи фінансового перерозподілу, які штучно забезпечують більш високі темпи економічного зростання порівняно з темпами зростання добробуту населення [11, с. 25–33]. Це дає змогу збільшувати конкурентоспроможність продукції, спрямувати додаткові ресурси на технологічне переозброєння промисловості» [12, с. 98–99].

Варто згадати й те, що історично вирішальне значення для торгової експансії мали прискорена індустріалізація, монополізація, ввезення сировини, необхідної для промисловості. Результатом японської зовнішньоекономічної політики, як відзначається в економічній літературі, стало перетворення японського експорту на важливе джерело фінансування розвитку економіки. Причому для Японії, країни, параметри зовнішньої торгівлі якої характеризуються великим збільшенням обсягів, головною метою імпоротної політики, яка розглядається зокрема і як функціональний додаток до політики формування експортного профілю спеціалізації країни в системі міжнародного поділу праці, «є заохочення ввезення у країну необхідних сировинних та інших ресурсів» [13, с. 477].

Наявність відкритого загальнонаціонального ринку означає, що постає потрібною не тільки національна, але й міждержавна, наддержавна інституційна стратегія. Адже в міру інтернаціоналізації, передусім – глобалізації, дедалі більш широкого виходу суб'єктів «власного» ринку за межі існуючих державних кордонів відчувається обмеженість потенціалу суто внутрішніх інститутів, які мають обмежену юрисдикцію та інструментарій впливу на «підлегли» господарські об'єкти. Тому держави, крім іншого, формують міжнародне інституційне середовище для діяльності корпорацій та інших комерційних структур.

Висновки.

Таким чином, проаналізована міжнародна практика свідчить про те, що ефективна промислово-технологічна політика повинна не тільки базуватися на чіткому визначенні ступеня державного впливу на підприємницькі структури, взагалі – на об'єкти регулювання економіки, але й інтегрувати економічні, організаційні, правові методи, що сти-

мулюють розвиток окремих сфер економіки, галузей, виробництв, конкретних підприємств.

Відзначимо, що формування й розвиток інституційних систем регулювання ринку є безмовним імперативом часу, який вимагає поступового переходу від ліберальної моделі, змістом якої є дотримання декількох макроекономічних орієнтирів та індикаторів, заходи інституційного втручання, впливу на параметри та результативність корпоративної діяльності.

Література

1. Новицький В. Формування відкритої економіки України: геоекономічні орієнтири // Економіка України. — 1996. — № 5. — С. 25–33.

2. Воротін В. Є. Макроекономічне регулювання в умовах глобальних трансформацій : моногр. — К. : Вид-во УАДУ, 2002. — 392 с.

3. Новицький В. Є. Міжнародна економічна діяльність України : підручник. — К. : КНЕУ, 2003. — 948 с.

4. Супян В. Б. Глобалізація американської економіки і її наслідки / В. Б. Суп'ян // США — Канада: економіка, політика, культура. — 2001. — № 5. — С. 16–28.

5. Портер М. Конкуренція : пер. с англ. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2000. — 495 с.

6. Окландер М. А. Проблеми формування маркетингової системи країни. — К. : Наукова думка, 2002. — 168 с.

7. Юсупова Н. Піддержка малого підприємництва в США // Мировая экономика и международные отношения. — 2006. — № 5. — С. 87–89.

8. Ростиашвили К. Д. Государственное регулирование в либерально-демократической системе // Полис. — 1996. — № 6. — С. 65–82.

9. Геєць В. М. Інституційні перетворення і суспільний розвиток // Економіка і прогнозування. — 2005. — № 2. — С. 9–36.

10. Ильшев А. Япония: административная реформа и государственный аппарат // Проблемы теории и практики управления. — 1996. — № 5. — С. 70–75.

11. Цуглевич В. Н. Корпоративный менеджмент в условиях нестабильного рынка / В. Н. Цуглевич ; под общ. ред. Н. П. Тихомирова. — Москва : Экзамен, 2003. — 320 с.

12. Лановик Б. Д., Матисякевич З. М., Матейко Р. М. Економічна історія України і світу : підруч. / за ред. Б. Д. Лановика. — 4-те вид., випр. і доп. — К. : Вікар, 2001. — 477 с. — (Вища освіта ХХІ століття).

Подано до редакції 20.03.2009 р.