

2. Глобализация: человеческое измерение. — М.: Московский государственный институт международных отношений (Университет); Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2003.

3. *Кальченко Т. В.* Глобальна економіка: методологія системних досліджень: Монографія. — К.: КНЕУ, 2006.

4. *Кальченко Т. В.* Концептуальні засади теоретичної ідентифікації часових кордонів глобалізації — К.: КНЕУ, 2005.

5. *Луцишин З. О.* Трансформація сітової фінансової системи в умовах глобалізації. — К.: Видавничий центр «Друк», 2002.

6. *Чернега О. Б.* «Новий регіоналізм» на сучасному етапі глобалізації // Проблемы и перспективы сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества. Сб. науч. трудов. — Свиштов-Донецк: ДонНУ — СА «Д. А. Ценов». — 2006.

7. *Чешков М. А.* Смысл противостояния: не альтернативность, но вариабельность // МЭиМО. — № 6. — 2002. — С. 24—30.

8. Martin Wolf, «Financial crisis tests durability of globalization». — 10 October 2008 — official web-site of Financial Times.

9. Robert Hunter Wade GLOBALIZATION, POVERTY AND INCOME DISTRIBUTION: DOES THE LIBERAL ARGUMENT HOLD? — The London School of Economics is a School of the University of London.

10. Theotonio Dos Santos, «The Structure of Dependence,» in K.T. Fann and Donald C. Hodges, eds., Readings in U.S. Imperialism. Boston: Porter Sargent, 1971, p. 226).

Статтю подано до редакції 24.02.09 р.

УДК 65.011.1

Т. В. Омеляненко, канд. екон. наук, доц.,
докторант ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

СВІТОВА ФІНАНСОВА КРИЗА ТА МОЖЛИВІ ЗМІНИ КОНФІГУРАЦІЙ ВИРОБНИЧИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВ

У складі виробничої стратегії підприємства виділено чотири групи визначальних рішень, по кожній з котрих сформульовано передбачення стосовно їх найімовірніших змін внаслідок світової фінансово-економічної кризи.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: виробнича стратегія, виробничо-стратегічні рішення, підприємство, криза.

Проблема економічних криз, зокрема причин їх виникнення, тривалостей, ступеню глибини та частоти повторюваності глибоко та різнопланово опрацьована в межах теорії циклів економічної динаміки. Свої зусилля до вивчення економічної динаміки та досліджень криз як невід'ємних складових її циклів докладали всесвітньо знані науковці Ф. Бродель, М. Д. Кондратьєв, С. Кузнец, А. Тойнбі, О. Тоффлер, Дж. Форрестер, Р. Харрод, Й. Шумпетер та багато інших. На сьогодні однозначно доведена справедливність виділення наступних циклів: цикл Кітчіна — цикл коливань товарно-матеріальних запасів (тривалість 40—59 місяців); діловий цикл — цикл замін морально застарілого устаткування (тривалість 7—11 років); цикл Кузнеця — цикл економічного зростання, інші назви — демографічний цикл, будівельний цикл (тривалість 25—30 років); цикл Кондратьєва — цикл економічного розвитку, інша назва — довгі хвилі Кондратьєва (тривалість 47—60 років) та ін. [1; 2].

Базові положення концепції та специфічні особливості антикризового управління функціонуванням економічних суб'єктів транзитивної економіки (а саме як такі має сенс розглядати промислові підприємства більшості країн пострадянського простору та України в тому числі) викладені в роботах російських та вітчизняних науковців — С. Г. Беляєва, І. О. Бланка, В. М. Гейця, О. П. Градова, Г. Б. Клейнера, Е. М. Короткова, В. І. Кошкіна, Л. О. Лігоненко, О. І. Пушкаря, Л. С. Ситник, О. О. Терещенка та ін.

У той же час, не зважаючи на глибину опрацювання окресленого проблемного поля на макроекономічному рівні, системні дослідження впливів економічних криз на забезпечення усталеності поточного функціонування виробничої системи промислового підприємства та на процеси її подальшого розвитку майже не здійснюються. Спостерігається суттєва прогалина і в концептуальних узагальненнях тих змін виробничої стратегії підприємства, що спричиняються дією чинників кризового середовища його функціонування.

Зусилля, що докладаються зараз у площині розроблення теорії виробничої стратегії ([3, 4] та ін.) з одного боку, та нагальна необхідність для вітчизняних підприємств швидких практичних дій із ревізії своїх виробничих стратегій задля приведення їх у відповідність кризовим умовам функціонування, з іншого боку, і визначили сферу даного дослідження. Його часткові результати викладені у цій статті, метою якої є визначення найбільш імовірних змін у конфігураціях виробничих стратегій підприємств, реалії

функціонування котрих різко та суттєво змінилися через потужний вир світової фінансово-економічної кризи.

Нинішня криза, перші слабкі передвістя котрої проявлялися протягом 2007 р. лише в США, у наступному році охопила весь економічно розвинений світ, набувши характер світової і не оминувши й нашу країну. Реальне падіння ВВП в Україні в листопаді 2008 р. склало 14,4 %; у 2009 р. за прогнозами експертів на Україну очікує глибока рецесія та від'ємні показники зростання ВВП [5, с. 3]. При цьому думка Міжнародного валютного фонду та прогноз Мінекономіки щодо скорочення ВВП збігаються — очікується щонайменше п'ятивідсотковий економічний спад, хоча одночасно висувуються і вельми оптимістичні передбачення того, що друге півріччя 2009 року ознаменується певним відновленням української економіки, а 2010—2011 рр. — її підйомом [6, с. 8].

Серед причин, які зумовили масштабність кризових явищ, називають і тотальну кредитоманію, яка панувала в світі останній десяток років, і черговий виток кондратьєвських хвиль, і неефективну структуру американської економіки, що склалася після нафтової кризи початку 70-х рр., і складність піраміди, що утворилася на світовому фінансовому ринку та підтримувалася масштабними спекуляціями й інвестиціями у фінансові інструменти. Єдиної відповіді не існує, але, як зауважено в [5, с. 2], «зрозуміле одне: західний світ у останні роки жив невідповідно до своїх достатків — економічні суб'єкти (а простіше кажучи, люди та компанії) звикли витрачати більше, ніж вони заробляли; тепер же прийшов час платити по рахунках».

«Сплата по рахунках» може відбуватися у різні способи, але найголовніше, що вже зрозуміли і пересічні громадяни і промислові компанії — це те, що слід бути ощадливішими і прагнути досягати тих самих результатів із меншими витратами ресурсів (саме таким чином, зокрема, визначив антикризову платформу компанії «Славутич» (*Carlsberg Group*) її генеральний директор Петро Чернишов [7, с. 10]). За результатами анкетування 143-х провідних компаній українського ринку, організованого «Ернст енд Янг» у жовтні 2008 року, заходи, що їх вже здійснюють чи у найближчий час будуть запроваджувати підприємства задля пом'якшення негативних наслідків кризи спрямовані в першу чергу на зниження витрат (такою була відповідь 76 % респондентів) [7, с. 10].

Скорочення витрат підприємство може здійснювати у різні способи: шляхом відмови від гучних та вартісних рекламних

кампаній із участю зірок кінематографу та спортсменів світового рівня; завдяки заходам, що мають на меті покращення управління ліквідністю підприємства; через реструктуризацію, спрямовану на відсікання непрофільних або малоприбуткових видів діяльності та зменшення чисельності персоналу тощо. Але запровадження режиму жорсткої економії у сфері виробничої діяльності, яка завжди була першоосновою існування підприємства, потребує прийняття вкрай зважених і обґрунтованих рішень, оскільки йдеться не лише про суто виживання в умовах кризи, але і про:

- збереження висококваліфікованих робітників та сформованої техніко-технологічної бази, або, інакше кажучи, збереження всього накопиченого підприємством у докризовий період виробничого потенціалу;

- утримання прихильності наявних та набуття нових клієнтів, що є цілком можливим, оскільки криза це не лише створює проблеми, але й відкриває нові можливості;

- утворення платформи для нарощування потенціалу подальшого розвитку з тим, аби вийти з кризи не ледь животіючим аутсайдером, але лідером, націленим на нові досягнення.

Такі цільові орієнтири вимагають свідомої зміни *конфігурації* виробничої стратегії кризового підприємства, що досягається шляхом аналізу, оцінювання та перегляду складу, співвідношення та взаємозв'язків її елементів. Ці елементи втілюються у базових виробничо-стратегічних рішеннях [8], які є доволі численними, тому для спрощення прогнозування імовірних змін їх має сенс об'єднати у кілька груп:

- *продуктові рішення* — рішення щодо характеру вироблюваного продукту (індивідуалізований / стандартний), обсягів його випуску (великі / малі), широти й усталеності номенклатури та асортименту;

- *технологічні рішення* — рішення щодо співвідношення визначальних факторів виробництва (праця / капітал / інформація), рівня виробничої потужності, характеру та послідовності технологічних операцій, обсягів необхідних людських та матеріальних ресурсів, ступеню автоматизації й інформатизації виробництва;

- *коопераційно-інтеграційні рішення* — рішення щодо характеру виробничого кооперування та ступеню й цілей інтеграції даного підприємства з іншими економічними суб'єктами;

- *організаційно-управлінські рішення* — рішення щодо форм та методів організації виробництва, способів розміщення устаткування й робочих місць, принципів впорядкування поточної виробничої діяльності.

Розглянемо докладніше, які ж зміни найімовірніше внесе до виокремлених груп виробничо-стратегічних рішень підприємства змушеність доволі тривалий період працювати в умовах кризового та посткризово-реcesійного економічного середовища.

У площині **продуктових рішень** можна передбачити посилення позицій масового виробництва стандартної продукції. Продукція такого роду зорієнтована на задоволення потреб широких кіл споживачів, чуттєвих до ціни та не дуже вибагливих у аспекті повноти задоволення якихось особливих, витончених потреб; вона характеризується нижчою порівняно з індивідуалізованими товарами ціною. В умовах фінансової кризи, коли отримання потенційними покупцями кредитів на придбання товарів є вельми проблематичним і купівлі або взагалі відкладаються на «потім» або ж здійснюються за принципом «що дешевше», масовий споживач скоріше за все буде віддавати перевагу низькій ціні стандартних товарів, а не особливий, «заточений саме під нього», і через це хоча б дещо, але дорожчій пропозиції.

З іншого боку масове виробництво кастомізованої¹ продукції, яке у роки економічного піднесення суттєво потіснило свого антагоніста — масове стандартизоване виробництво — цілком може зберегти свої ринкові здобутки. Але можливим це є лише у разі запровадження масово-кастомізованими виробниками ощадливих технологій, котрі уможливають суттєве зниження витрат і надають підстав для доведення цін на індивідуалізовану, змінювану кожен раз під запити кожного окремого замовника продукцію до цінового рівня стандартної ринкової пропозиції.

Також у сфері кастомізованого виробництва можна спрогнозувати трансформацію такого її різновиду як опційна кастомізація на редукційну. Опційна кастомізація під назвою «Адаптивна» була виокремлена поміж інших різновидів Джеймсом Гілмором та Джожефом Пайном ще в 1997 році [9; 10, с. 306]; її сутність полягає в тому, що споживачеві пропонується єдина базова модель продукту (чи їх вкрай обмежена кількість) та широка гамма додаткових опцій — компонентів, систем, аксесуарів тощо, котрими за вибором замовника ця модель може бути укомплектована. Так на початку 2000-х рр. всесвітньо відома *Ford Motor Company* випускала шість моделей позашляховика «Explorer» з великим вибором варіантів його комплектації — трансмісії,

¹ Кастомізована (від англ. *customizing* — виготовлення на замовлення; синонім — індивідуалізована) продукція — продукція, що виготовляється точно у відповідності до вимог кожного окремого клієнта.

колес, зовнішнього вигляду, інтер'єру, аудіосистем, систем кондиціонування повітря, підігріву сидінь і т. ін., фактично пропонуючи покупцеві обрати собі автомобіль з більше, ніж 2,5 млн можливих комбінацій [11, с. 6]. Редукційна ж кастомізація має зворотний характер, оскільки зорієнтована не на ускладнення базового продукту шляхом додавання різноманітних опцій, а навпаки — на його спрощення через відмову клієнта від тих чи інших зайвих на його думку функцій, внесених виробником у базову модель¹. Саме редукційна кастомізація надає споживачам підстав вимагати зниження ціни кастомізованого продукту порівняно із базовим, оскільки через редукування зайвих функцій, а відповідно — і через відсутність потреби у тих чи інших модульних компонентах відбувається здешевлення виробництва.

У площині *технологічних рішень* підприємства, зорієнтовані за умов кризи не на животіння, а на розвиток, скоріше за все будуть віддавати перевагу тій лінії поведінки, що засвідчила свою ефективність протягом усієї останньої третини ХХ ст. — це запровадження енерго-, праце- та матеріалозберігаючих технологій, що цілком відповідає актуальній нині ідеології ощадливості.

Хоча з іншого боку запровадження нових технологій та принципові зміни виробничо-технологічної парадигми — це довготривалі процеси, що потребують вкрай великих інвестицій при доволі віддаленій у часі, а не сьогоденній віддачі. Тому скоріше за все виробничі стратегії підприємств часового періоду 2008 — 2009 рр. будуть характеризуватися консерватизмом рішень технологічного характеру, спрямованістю не стільки на розвиток, скільки на збереження наявної техніко-технологічної бази та на підтримання її у працездатному стані. Підтвердженням справедливості такого твердження може слугувати практика великих українських компаній «Т.М.М.» (будівництво житлово-офісних центрів, об'єктів промислово-виробничого та соціально-культурного призначення) та «УкрАВТО» (найбільший виробник авто-

¹ Виокремлення редукційної масової кастомізації здійснено тут не як узагальнення вже існуючої практики, а як моделювання ймовірних шляхів еволюції цієї відносно нової моделі бізнесу під впливом кризи. Жодного переконливого прикладу реальних фірм, які б із радістю для себе та вигодою для клієнтів практикували редукційну кастомізацію, підібрати не вдалося. І це зрозуміло, оскільки опційна кастомізація зокрема та масова в цілому є породженням багатого суспільства, у котрому споживачі не бачать проблем у тому, аби платити дорожче за задоволення своїх особливих вимог. Виникнення та розповсюдження редукційної кастомізації цілком може мати місце суто як ситуативна реакція виробників на появу широких кіл споживачів, які прагнуть ощадливості і не бажають сплачувати зайве за невикористовуваний ними функціональний контент товару. Поява такої категорії клієнтів високоімовірна саме зараз, коли економічні можливості потенційних замовників значно погіршилися.

мобілів, дистриб'ютор та постачальник послуг у сфері автотехобслуговування), які наприкінці 2008 року призупинили перспективні інноваційні проекти, що характеризувалися тривалими термінами окупності та строками реалізації [7, с. 11].

Все вищезазначене є справедливим для підприємств, які увійшли у кризу вже маючи певну історію, традиції, досвід існування, тобто перебували на тих стадіях життєвого циклу, що асоціюються із розвитком або зрілістю. А якими ж можуть бути технологічні рішення — основа основ виробничої стратегії — підприємств, створюваних за умов кризи? Малоімовірно, що може йтися про пуск великих заводів чи фабрик у реаліях, які змушують навіть успішні раніше підприємства згорнути виробничу діяльність. Але криза створює умови для розвитку малого бізнесу, свідченням чого є досвід 90-х рр. XX ст., коли виживання пересічних українців багато в чому відбулося завдяки малому підприємству. Тому і зараз можна очікувати на виникнення нових малих виробничих підприємств, зорієнтованих на заповнення тих ринкових ніш, що утворилися внаслідок кризи — через скорочення поставок імпоротної продукції, через зменшення обсягів виробництва великими вітчизняними виробниками тощо. В основу виробництва такими малими підприємствами скоріше за все будуть покладені відносно недорогі технологічні рішення, базовані або на переважному використанні фактору виробництва «Праця», тобто буде мати місце інволюційний процес повернення до історично першого різновиду виробничої стратегії — ремісної, або на переважному використанні фактору виробництва «Інформація», що можна розглядати як революційний процес переходу до найновішого різновиду виробничої стратегії — інформаційної. Імовірніше за все домінування фактору виробництва «Капітал» у виробничих стратегіях цих новостворюваних підприємств не буде через вкрай високу як для малого бізнесу, особливо в умовах дефіциту кредитних ресурсів, вартість машинних індустриальних технологій.

Дуже цікавого можна очікувати від *рішень коопераційно-інтеграційного роду*, що будуть прийматися підприємствами в умовах поточних кризових явищ. Можна очікувати на підвищення рівня виробничої кооперації через те, що внаслідок реструктуризацій, спрямованих на позбавлення підприємств від непрофільних для них видів основної та обслуговуючої виробничої діяльності, посиляться їх зв'язки із аутсорсерами — фірмами, що надають високопрофесійні вузькоспеціалізовані послуги (у сфері виробництва це можуть бути вантажні та пасажирські перевезен-

ня, профілактика та ремонт виробничого устаткування, зберігання запасів придбаних підприємством матеріальних ресурсів тощо).

Хоча базовим постулатом ринкової економіки завжди вважалася теза про благодійний вплив конкуренції, криза скоріше посилила не відцентровані¹ явища та загострення конкурентного протистояння, а доцентрові² процеси та підсилення кооперування й інтегрування учорашніх суперників у їх спільному прагненні об'єднати зусилля за для долаття зовнішніх загроз та вирішення не лише поточних, але й стратегічних проблем подальшого розвитку. Таке об'єднання зусиль може здійснюватися у формі офіційно проголошуваних альянсів — з метою розроблення та виведення та ринок інноваційних продуктів, що потребує значних фінансових вкладень, осилити які можна лише спільними зусиллями кількох компаній; але таке об'єднання зусиль може набути і форми таємних картелів, що будуть утримувати галузеві ціни на бажаному для всіх учасників рівні з тим, аби навіть за умов кризи забезпечити себе від цінового падіння та відвернути ризик входження в ринок нових, агресивних гравців.

Організаційно-управлінські рішення у межах виробничої стратегії, і це можна стверджувати майже зі стовідсотковою впевненістю, будуть спрямовані у бік запровадження вітчизняними підприємствами принципів та управлінських інструментів, розроблених у межах концепції ощадливого виробництва [12], яка була народженою в муках двох масштабних економічних криз минулого століття (повоєнної другої половини 40-х рр. та нафтової 70-х рр.) і протягом вже кількох десятиріч її запровадження американськими, європейськими, азійськими компаніями довела свою ефективність. Українським підприємствам, що прагнуть збереження власної конкурентоспроможності при тих грандіозних перерозподілах ринків, які супроводжують будь-яку кризу та вихід з неї, доведеться конструювати організацію й управління виробничою діяльністю на засадах принципів ощадливості та із запровадженням процесного підходу, який концентрує увагу на ланцюгах створюваної цінності та вимагає елімінації діагностованих точок втрат (часу, матеріалів, людських зусиль), з тим, аби меншими витратами зусиль, коштів та часу домагатися бажаних результатів.

З викладеного випливають такі висновки:

- світова фінансова криза є першопричиною нинішньої масштабної економічної кризи в Україні, пік якої припав на 2008 рік,

¹ Центробежные (рос.).

² Центростремительные (рос.).

а наслідки — потужна рецесія — будуть відчуватися протягом принаймні усього 2009 року;

- філософією існування всіх економічних суб'єктів за умов кризи стає ощадливість; цільовим спрямуванням будь-якого підприємства у кризовій економіці має бути не лише поточне виживання на базі ощадливого виробництва й ощадливого споживання, але й збереження виробничого потенціалу, накопиченого у докризовий період, та утворення платформи для нарощування можливостей подальшого розвитку у посткризовий період;

- такі цільові орієнтири вимагають свідомої зміни конфігурації виробничої стратегії кризового підприємства, що досягається шляхом аналізу, оцінювання та перегляду складу, співвідношення та взаємозв'язків її елементів;

- елементи виробничої стратегії втілюються у численних виробничо-стратегічних рішеннях, які можна об'єднати в такі групи: «Продуктові рішення», «Технологічні рішення», «Коопераційно-інтеграційні рішення», «Організаційно-управлінські рішення»;

- зміни, яких можна очікувати в площині продуктових рішень: 1) преференційність виготовлення стандартної продукції через збереження на неї попиту з боку тих споживачів, які є чутливими до ціни і не висувають особливих вимог; 2) збереження масовими виробниками кастомізованої продукції набутих у докризові роки позицій за умови доведення цін на неї до рівня середньоринкової пропозиції; 3) виникнення такої нової форми масової кастомізації як редукційна;

- основними тенденціями у технологічній площині виробничої стратегії скоріше за все будуть: 1) запровадження енерго-, праце- та матеріалозберігаючих технологій великими підприємствами, що, не зважаючи на кризу, зберегли потенціал розвитку; 2) призупинення реалізації та консервування до кращих часів інноваційних проектів із тривалими термінами окупності та строками реалізації тими великими підприємствами, що зорієнтовані суто на збереження наявної техніко-технологічної бази та на її підтримання у працездатному стані; 3) застосування відносно недорогих технологій, базованих на переважному використанні фактору виробництва «Праця» (реміснична виробнича стратегія) або «Інформація» (інформаційна виробнича стратегія) новостворюваними малими виробничими підприємствами;

- імовірними представляються поміж інших виробничих коопераційно-інтеграційних рішень такі: 1) збільшення кількості фірм-аутсорсерів, що спеціалізуються на наданні виробничо-технічних послуг, з якими взаємодіятиме підприємство через йо-

го відмову здійснювати власними силами обслуговування основного виробництва; 2) інтегрування вчорашніх конкурентів з метою спільного розроблення та успішного виведення на ринок інноваційної продукції;

• у сфері організаційно-управлінських рішень можна передбачити: 1) проведення виробничих реструктуризацій, що мають на меті ліквідацію непрофільних або таких, що визнані безперспективними виробництв, цехів, підрозділів, господарств; 2) перебудову виробничої діяльності на засадах принципів та із застосуванням інструментів ощадливого виробництва з тим, аби з меншими витратами зусиль, коштів та часу домагатися бажаних результатів.

Спостереження за подіями, що надалі будуть розгортатися у кризовому світі в цілому та в Україні зокрема, та узагальнення того, як насправді змінюватимуть конфігурації своїх виробничих стратегій промислові підприємства та наскільки близькими та реалістичними виявляться висловлені тут передбачення складає проблемне поле для подальших наукових розвідок.

Література

1. Куницына Н. Н. Виды циклов в экономической динамике [Электронный ресурс]: сб. науч. тр. / Н. Н. Куницына. — Режим доступа: <http://science.ncstu.ru/articles/econom/5/03.pdf/>

2. Кузьменко В. П. Теории циклов и их развитие в XIX—XX веках / В. П. Кузьменко // Экономика предприятия. — 1999. — № 4—5. — С. 10—13.

3. Омеляненко Т. В. Виробнича стратегія підприємства: сутність та траєкторія розвитку / Т. В. Омеляненко // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право): наук. журн. / голов. ред. О. П. Степанов. — К.: НАУ, 2004. — Вип. 3—4. — С. 556—565.

4. Омеляненко Т. В. Контекст та загальні принципи формування виробничої стратегії підприємства / Т. В. Омеляненко // Вісник Хмельницького національного університету: наук. журн. — Хмельницький: Видавництво Хмельницького національного університету, 2008. — Т. 1. — № 4. — С. 95—100. — (Серія «Економічні науки»).

5. Поворозник В. Да здравствует кризис? / Василий Поворозник // ТОП-100. Рейтинг лучших компаний Украины. — 2008. — № 6. — С. 2—3.

6. Снежко Е. Перемены грядут / Елена Снежко // ТОП-100. Рейтинг лучших компаний Украины. — 2008. — № 6. — С. 8—9.

7. Рубис И. Антикризисные секреты / Ирина Рубис // ТОП-100. Рейтинг лучших компаний Украины. — 2008. — № 6. — С. 10—12.

8. Омеляненко Т. В. Економічна стратегія підприємства та базові виробничо-стратегічні рішення / Т. В. Омеляненко // Вчені записки:

збірник наук. праць / відп. ред. А. Ф. Павленко. — К.: КНЕУ, 2006. — Вип. 8. — С. 52—57.

9. *Gilmore J. H. and Pine B. J.* The Four Faces of Mass Customization // *Harvard Business Review*. 1997. № 75 (1). — pp. 91—101.

10. *Ламбен Ж.-Ж.* Менеджмент, ориентированный на рынок. Стратегический и операционный маркетинг / Жан-Жак Ламбен; [пер. с англ. под ред. В. Б. Колчанова]. — СПб.: Питер, 2008. — 800 с. — (Серия «Классика МВА»).

11. *Роговский Е. А.* Спрос на информацию и развитие информационного сектора США к началу XXI века [Электронный ресурс] / Е. А. Роговский; Российская Академия наук; Институт Соединенных Штатов Америки и Канады. — М., 2002. — Режим доступа: <http://americana.socionet.ru/files/rogowsky.doc>.

12. *Вумек Дж. П.* Бережливое производство: Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании: пер. с англ. / Джеймс П. Вумек, Дэниел Т. Джонс. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. — 472 с. — (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»).

Статтю подано до редакції 11.02.09 р.

К. Д. Савчук,
провідний економіст ВАТ КБ «Хрещатик»

ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ ТА ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СВІТОВИХ ФІНАНСОВИХ РИНКІВ

В статті розглядаються питання інтеграції та глобалізації світового фінансового середовища. Визначається сутність і місце міжнародного фінансового ринку в системі міжнародних фінансів через призму фінансової глобалізації. Система інститутів та інструментів глобального впливу на рух фінансових потоків. Антиглобалізаційні процеси в фінансовому секторі. Нова якість міжнародних фінансово-кредитних відносин виявляється через рух позичкового капіталу.

КЛЮЧОВІ ТЕРМІНИ: інтеграція, глобалізація, економічна глобалізація, фінансова глобалізація, міжнародний ринок капіталів, міжнародний фінансовий ринок, світовий фінансовий ринок, глобальна криза, світова фінансово-економічна криза.