

Чорнодід І. С.

СОЦІАЛЬНИЙ КОНКУРЕНТНИЙ СТАТУС КРАЇНИ ТА ЗАСОБИ ЙОГО ПІДТРИМАННЯ

У статті розкрито категорію «соціальний конкурентний статус». Наголошено, що конкурентоспроможність все більше визначається чинниками соціалізації суспільства. Доведено, що соціальний конкурентний статус країни виступає характеристикою соціальної конкурентоспроможності національної економіки і забезпечується досягненням таких показників як соціальна безпека, людський розвиток, рівень і якість життя, рівень відповідності потенціалу організації «оптимальній» стратегії її розвитку. Розкрито позитивні та негативні риси міжнародного іміджу України. Запропоновано формулу для підрахунку соціального конкурентного статусу. Охарактеризовано такі категорії як «національний бренд», «міжнародний образ держави», «конкурентоспроможність нації», за визначеннями світових організацій. Запропоновано ефекти від забезпечення та підтримання високого соціального конкурентного статусу країни, що впливають на формування соціальних конкурентних переваг країн.

Ключові слова: соціальний конкурентний статус, бренд, конкурентоспроможність нації, конкурентний статус, глобалізація, конкурентні переваги

Табл.: 1. *Бібл.:* 10.

Чорнодід Ігор Степанович – кандидат економічних наук, доцент, докторант, Науково-дослідний економічний інститут Міністерства економічного розвитку і торгівлі України (бульв. Дружби народів, 28, Київ, 01103, Україна)

Email: Chornodid@ukr.net

УДК 316.422(477)

Чорнодид И. С.

СОЦИАЛЬНЫЙ КОНКУРЕНТНЫЙ СТАТУС СТРАНЫ И СРЕДСТВА ЕГО ПОДДЕРЖАНИЯ

В статье раскрыта категория «социальный конкурентный статус». Отмечено, что конкурентоспособность все больше определяется факторами социализации общества. Доказано, что социальный конкурентный статус страны выступает характеристикой социальной конкурентоспособности национальной экономики и обеспечивается достижением таких показателей как социальная безопасность, развитие общества, уровень и качество жизни, уровень соответствия потенциала организации «оптимальной» стратегии ее развития. Раскрыты положительные и отрицательные черты международного имиджа Украины. Предложена формула для подсчета социального конкурентного статуса. Охарактеризованы такие категории как «национальный бренд», «международный образ государства», «конкурентоспособность нации», по определению мировых организаций. Предложены эффекты обеспечения и поддержания социального конкурентного статуса страны, влияющие на формирование социальных конкурентных преимуществ стран.

Ключевые слова: социальный конкурентный статус, бренд, конкурентоспособность нации, конкурентный статус, глобализация, конкурентные преимущества

Табл.: 1. *Библ.:* 10.

Чорнодид Ігор Степанович – кандидат экономических наук, доцент, докторант, Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономического развития и торговли Украины (бульв. Дружбы народов, 28, Киев, 01103, Украина)

Email: Chornodid@ukr.net

UDC 316.422(477)

Chornodid I. S.

SOCIAL COMPETITIVE STATUS OF A COUNTRY AND MEANS OF ITS MAINTENANCE

The article describes the «social competitive status» category. It marks that competitiveness is more and more identified by society socialisation factors. It proves that the social competitive status is a characteristic of social competitiveness of the national economy and is ensured through achievement of such indicators as social security, development of the society, level and quality of life, level of correspondence of the potential of organisation of the «optimal» strategy of its development. The article shows positive and negative features of the international image of Ukraine. It offers a formula for calculation of the social competitive status. It characterises such categories as the «national brand», «international image of the state» and «competitiveness of the nation» by definition of world organisations. It offers effects of ensuring and maintaining the social competitive status of a country, which influence formation of social competitive advantages of countries.

Key words: social competitive status, brand, competitiveness of the nation, competitive status, globalisation, competitive advantages

Tabl.: 1. *Bibl.:* 10.

Chornodid Igor S. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Candidate on Doctor Degree, The Economic Research Institute of the Ministry of Economic Development and Trade of Ukraine (bulv. Druzhby narodiv, 28, Kyiv, 01103, Ukraine)

Email: Chornodid@ukr.net

Сучасні економічні реалії переконливо свідчать, що темпи та загальний вектор напрямку соціально-економічного прогресу національної економіки в значній мірі залежать від конкурентоспроможності країни, а саме від соціальної складової. Соціальний конкурентний статус (СКС) країни виступає характеристикою конкурентоспроможності національної економіки і забезпечує-

ся досягненням таких показників як соціальна безпека, людський розвиток, рівень і якість життя, рівень відповідності потенціалу організації «оптимальній» стратегії її розвитку. СКС країни визначається низкою чинників соціально-економічного характеру, що складаються на мікро-, мета- і макрорівнях функціонування економічної системи.

Нині досить активно ведеться розробка окремих аспектів соціальної конкурентоспроможності у працях таких вчених-економістів, як А. Гальчинський, В. Геєць, Я. Жаліло, О. Любченко, Н. Лебедева, О. Грішнова, Е. Лібанова, В. Куценко, Ю. Привалов, С. Штирбул, Е. Каргаполова, Л. Ільчук, М. Портер. Водночас сучасний етап розвитку національної економіки актуалізує підтримку саме високого рівня соціального конкурентного статусу.

У науковій економічній літературі СКС країни як економічна категорія не розглядається, однак її сутність частково відображається у таких поняттях як міжнародний бренд країни [3], міжнародний образ держави [10], імідж або конкурентоспроможність нації [2]. Національний бренд визначається як сума людських уявлень про країну за 6 критеріями: туризм, експорт, люди, влада, культура та історична спадщина, інвестиції та імміграція. Найпоширенішим показником оцінки брендів країн є Anholt Nation Brands Index. Anholt Nation Brands Index (NBI) – це перший аналітичний рейтинг світових брендів країн. Кожного кварталу співробітники проводять опитування споживачів про їх сприйняття культурного, політичного, комерційного та людського капіталів, інвестиційного потенціалу та туристичної привабливості близько 40 розвинутих країн або країн, що розвиваються. Це дає змогу дати чітку оцінку сили національного бренду, вимірюючи світову думку. Anholt Nation Brands Index вимірює могутність і привабливість країнного бренду і

розповідає, як споживачі інших країн уявляють характерні риси та особливості бренду. Опитування за цим індексом стосуються низки соціальних характеристик країни, які стосуються оцінки компетентності і справедливості управління, того, наскільки влада поважає права своїх громадян, у якій мірі опитувані довіряють країнам приймати важливі рішення, що стосуються міжнародного миру та безпеки, як вони оцінюють внесок країн у зниження рівня екологічного забруднення та бідності; аспекти людського капіталу – готовність жити та працювати в даній країні, оцінку умов для отримання вищого наукового ступеня, оцінку поточних економічних та соціальних умов в країні; рівень культурного розвитку та рівень спортивної майстерності країни, оцінити готовність споживати популярні, комерційні культурні продукти та види діяльності тощо.

Імідж країни (за визначенням Всесвітньої організації по туризму) – це сукупність емоційних та раціональних уявлень, які виникають зі співставлення усіх ознак країни, власного досвіду та пліток, які впливають на створення визначеного образу. Важливе значення надається культурі, як одному з найважливіших елементів побудови іміджу країни. До характеристик іміджу країни відносять економічні (ресурсні), політичні, ментальні характеристики.

За опитуванням Центру Разумкова, експерти виявили такі позитивні та негативні риси іміджу України [8] (табл. 1).

Таблиця 1

Позитивні та негативні риси міжнародного іміджу України за оцінками Центру Разумкова

Міжнародний імідж України	
Позитивні риси	Негативні риси
Внутрішня політична стабільність Врівноваженість національного характеру Високий рівень етнічної терпимості Відсутність шовінізму і великодержавних амбіцій Високий інтелектуальний потенціал Наявність передових технологій Значні перспективи розвитку туризму Високий потенціал агропромислового комплексу Талановиті спортсмени Геополітичне положення держави	Корумпованість, безвідповідальність і некомпетентність державних чиновників Закритість органів влади Нестабільність законодавства Затримки з проведенням реформ, їх непослідовність Неприятливий інвестиційний клімат Перевага декларацій над практичними діями. Відсутність власної політики щодо формування міжнародного іміджу держави Недостатньо розвинутий сервіс Невикористані можливості і ресурси

Джерело: [8]

І. Ансофф описав поняття «конкурентний статус» як позицію фірми в конкуренції [1]. Однак, виходячи із сучасних кількісних і якісних характеристик міжнародної конкуренції, конкурентний статус необхідно розглядати як поняття, яке ширше за конкурентну позицію, оскільки воно охоплює не лише певну конкурентну позицію, а й ступінь володіння певними конкурентними перевагами не лише економічного, а й соціального характеру.

Так, Пахомов С. Ю. зазначає, що «...правомірним є застосування і такої категорії як конкурентоспроможність

нації, що на думку вітчизняних вчених, являє собою утвердження й зростання вагомості у світовому співтоваристві інтелектуального потенціалу держави, яка забезпечує високі темпи економічного зростання на основі нововведень» [7]. У даному визначенні дається акцент на важливість у забезпеченні конкурентоспроможності країни інтелектуального потенціалу для інноваційного розвитку економіки. Автор зазначає, що сучасний конкурентний статус країни визначають не тільки за кількісними параметрами, а й, передусім, за якісними показниками економічного й соціального

розвитку. При цьому дедалі більшого значення набуває рівень міжнародної конкурентоспроможності країни, її інноваційний і технологічний потенціал, здатність розв'язувати глобальні й регіональні проблеми, забезпечувати високий рівень і якість життя населення [7].

Отже, сучасні постіндустріальні тенденції та поглиблення глобалізаційних процесів модифікують наявні підходи до визначення наявних критеріїв конкурентоспроможності країни, систему визначення конкурентних переваг та логіку конкурентної боротьби. Йдеться про необхідність врахування нових чинників національних конкурентних переваг: а) прискорення інноваційного оновлення економічних процесів; б) якість людських ресурсів; в) використання новітніх інформаційних і фінансових технологій, а також нових форм міжнародної виробничої політико-правової та організаційно-економічної діяльності; г) якісність державного управління на всіх рівнях (від місцевого самоврядування до центрального уряду), соціальна солідарність та менталітет суспільства; д) відсутність небезпечних розривів у майновій диференціації, е) розвиненість соціального капіталу як особливого суспільного ресурсу, який, взаємодіючи з іншими видами капіталу (фізичним, людським, інтелектуальним), сприяє стабільності та динамізму економічного зростання; є) наявність у суспільстві національної ідеї; ж) ефективність інституційних структур чи інституційних стратегій для моделі національного розвитку, здатної стимулювати господарський прогрес та забезпечувати підвищення добробуту народу.

Отже, глобалізація приводить до розширення кола чинників національної конкурентоспроможності. Національна конкурентоспроможність все більше визначається чинниками соціалізації суспільства. Як наголошує О. А. Швиданенко, «...визначення основних імперативів забезпечення конкурентних переваг країни у контексті прогресивних глобалізаційних тенденцій: інформатизація – проявляється в появі феномену «нової економіки»; інноваційність – реалізується через інтелектуалізацію техносфери; економічна демократизація – отожднюється з глобальною інституалізацією, що забезпечує лібералізацію умов підприємництва; безпека розвитку – передбачає екологізацію виробництва та пов'язана з мінімізацією витрат паливно-енергетичних, матеріальних ресурсів; якість людських ресурсів – враховує фізичні характеристики нації та персональну компетенцію працівників; глобальне мислення – забезпечується реалізацією світових стандартів якості життя та відкритістю країни для торгівлі та інвестування; підприємництво – ґрунтується на підприємницькій компетенції, бізнес-культурі та державній підтримці; соціальна відповідальність через забезпечення якості умов і стандартів життя населення» [9].

Погоджуючись із таким підходом, можемо визначити соціальний конкурентний статус (СКС) країни як визнаний світовою спільнотою у даний конкретний період часу рівень соціально-економічного розвитку країни за універсальними стандартами, такими як людський розвиток, політична та економічна стабільність, якість суспільних інститутів та соціальна безпека, що зумовлюється його соціальною конкурентною позицією у світовому співтовари-

стві і виступає підґрунтям для досягнення ним соціальних конкурентних переваг у майбутньому.

Соціальна конкурентоспроможність та високий рівень СКС країни безпосередньо залежать від підвищення конкурентоспроможності економіки. У концепції Державної програми підвищення конкурентоспроможності національної економіки України визначено дев'ять основних складових підвищення конкурентоспроможності економіки України, згрупованих у три факторні групи:

Група 1. Фундаментальні: забезпечення макроекономічної стабільності; підвищення ефективності державного управління (колективних державних послуг); розвиток людського капіталу та покращання якісного складу трудових ресурсів; розвиток інфраструктури (нарощування транзитного потенціалу держави; модернізація та оновлення основних фондів і рухомого складу авіаційного, автомобільного, залізничного, морського та річкового транспорту, поширення інформаційно-комунікаційних технологій).

Група 2. Підвищення ефективності: розвиток підприємництва; розвиток фінансових ринків; підвищення технологічного рівня виробництва та ефективності використання; паливно-енергетичних ресурсів (розвиток нових форм взаємодії підприємств – зі створенням численних інноваційних та екоінноваційних кластерів; розвиток експортного потенціалу та імпортозаміщення, запровадження європейських принципів державного ринкового нагляду за додержанням вимог щодо безпеки продукції та послуг).

Група 3. Посилення інновативності та забезпечення сталого розвитку: стабілізація і поліпшення екологічного стану території України з метою переходу до сталого (екологічно збалансованого) розвитку, впровадження екологічно збалансованої системи природокористування; посилення інноваційної складової розвитку [4].

Разом з економічними чинниками, надзвичайного значення у забезпеченні СКС країни набувають аспекти загально-цивілізаційного і національно-соціального характеру. Це підкреслює Пахомов С.Ю., наголошуючи, що «... в глобалізованому світі феномени конкурентоспроможності країн (Японія, Південна Корея, Сінгапур, Малайзія, Гонконг, Фінляндія, Швеція, Норвегія) найповніше може пояснити інституційно-еволюційна теорія дослідження економічного зростання, людського капіталу і сфери духовних матерій, таких як генетична енергетика та ідеологія народу в контексті основних цивілізаційних цінностей». Автор підкреслює, що надто важливими для України «... є чітке визначення національної ідеї й національного інтересу, ментально-цивілізаційна самоідентифікація, від чого залежатиме конкурентоспроможність, імідж і сучасний бренд нації та держави» [7].

Таким чином, національна соціальна конкурентоспроможність визначається і економічними, і соціально-політичними чинниками, а також інфраструктурою країни, її науковим потенціалом, рівнем освіченості населення, які забезпечують стабільне становище країни серед інших країн. А СКС характеризує рівень досягнення соціальних конкурентних переваг за головними детермінантами соціальної конкурентоспроможності – рівнем і якістю життя,

ступенем зрілості людського, інтелектуального, соціального капіталу, якістю суспільних інститутів, умовами розвитку бізнесу та інновацій.

Однак СКС необхідно всебічно аналізувати, по-перше, з позицій достатності та ефективності соціальних інвестицій у сфері і галузі, які забезпечують соціальну конкурентоспроможність країни; по-друге, з огляду на кількісні та якісні характеристики існуючого та максимально ефективного соціального потенціалу конкурентоспроможності; по-третє, виходячи з аналізу стратегічних соціальних цілей розвитку країни та міри їх реалізації у даний період часу. За наявності такого дослідження можна визначити СКС країни, видозмінивши відому формулу І. Ансофа:

$$СКС = \frac{I_1 - I_k}{I_0 - I_k} \cdot \frac{S_1}{S_0} \cdot \frac{C_1}{C_0},$$

де I_1 – рівень стратегічних соціальних капіталовкладень;

I_k – критична точка обсягу капіталовкладень;

I_0 – точка оптимального обсягу;

S_1 і S_2 – відповідно, діюча та оптимальна стратегія соціальної конкурентоспроможності країни;

C_1 і C_2 – існуючий та необхідний соціальний потенціал.

Якщо $СКС = 1$, то країна може забезпечити собі дуже сильний статус, буде однією з найефективніших. Існує така градація цього показника:

$0 < СКС \leq 0,4$ – слабка позиція;

$0,5 < СКС \leq 0,7$ – середня позиція;

$0,8 < СКС \leq 1,0$ – сильна позиція.

Показник СКС повинен відповідати на питання:

- 1) чи достатньо розвинені елементи соціального потенціалу конкурентоспроможності, тобто чи забезпечені повною мірою ресурсами всіх видів «здатності» ефективно себе позиціонувати у світовому рейтингу країн;
- 2) чи достатньо сприятливі і якою мірою використовуються детермінанти СКП, сформовані для створення й підтримки на високому рівні соціальні конкурентні переваги країни.

Головною проблемою у визначенні СКС стає проблема оцінки міри достатності розвитку потенціалу соціальної конкурентоспроможності країни й умов, що забезпечують створення та підтримку соціальних конкурентних переваг країни. Вирішивши цю проблему, можна говорити про рівень КСФ як міри достатності передумов для створення й підтримки відповідного рівня СКС.

Методологічна проблема дослідження СКС полягає в адекватній оцінці ступеня достатності розвитку соціального потенціалу та умов, що забезпечують соціальні конкурентні переваги країни. Складність проблеми полягає в тому, що по кожному елементу стратегічного потенціалу повинні бути визначені параметри ресурсів, які можуть забезпечити досягнення стратегії соціальної конкурентоспроможності.

Почнемо із оцінки діючої та оптимальної стратегії соціальної конкурентоспроможності. Стратегічні пріоритети забезпечення соціальної конкурентоспроможності України відповідно до світових стандартів закладено у вересні

2000 р. на Саміті Тисячоліття ООН, де Україна взяла на себе зобов'язання досягти Цілей Розвитку Тисячоліття, відображених у Декларації Тисячоліття, до 2015 року. Цілі розвитку тисячоліття (ЦРТ) для України – це орієнтири розвитку на довгострокову перспективу, адаптовані з урахуванням особливостей національного розвитку. Цілі розвитку для України – подолання бідності, забезпечення якісної освіти впродовж життя, забезпечення гендерної рівності, поліпшення здоров'я матерів та зменшення дитячої смертності, обмеження поширення ВІЛ-інфекції/СНІДУ та туберкульозу і започаткування тенденції до скорочення їх масштабів, сталий розвиток довкілля.

Втілення стратегічних пріоритетів було закладено, зокрема, у Програмі економічних реформ на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава», де зазначено, що реформи спрямовуються на побудову сучасної, стійкої, відкритої й конкурентоспроможної у світовому масштабі економіки, на формування професійної й ефективної системи державного управління, і, зрештою, на підвищення добробуту українських громадян. Програма охоплює широкий набір стратегічних перетворень за п'ятьма напрямками, серед яких збереження й розвиток людського й соціального капіталу шляхом підвищення ефективності й стабільності соціального захисту, поліпшення якості й доступності освіти й медичного обслуговування мають визначальне значення. Разом з тим, як зазначено в Національній доповіді «Сталий людський розвиток: забезпечення справедливості», «...Суспільні трансформації в Україні тривалий час відзначалися недооцінкою соціально-демографічних проблем та ролі соціальних реформ щодо реконструкції структур забезпечення сталого суспільно-економічного поступу. Значними обмежувачами розвитку виступають соціально-демографічний стан населення і трудових ресурсів. Поганий стан здоров'я і низька тривалість життя, відсутність нормальних умов для життєдіяльності молодих сімей на фоні прогресуючого старіння нації та відтоку кадрів за кордон підривають фізіологічно-ресурсну основу людського розвитку» [6].

Як в офіційних документах, та і в результаті опитування громадян щодо реального стану розв'язання соціальних проблем та забезпечення конкурентоспроможного соціального розвитку України маємо інформацію про невідповідність діючої та оптимальної стратегії соціальної конкурентоспроможності країни. Це стосується не лише проблем забезпечення матеріального добробуту та поліпшення рівня життя населення, а й реалізації великої кількості завдань, спрямованих на поліпшення системи державного управління, місцевого самоврядування, системи освіти й охорони здоров'я, систем судочинства та правоохоронної діяльності, державного регулювання у сфері підприємництва, бюджетної політики й пенсійного забезпечення, розвиток демократичних інститутів, громадянського суспільства та гуманітарної сфери. Критерієм успішності державної культурної політики визначено максимальне розкриття потенціалу кожної людини, створення гідних умов для реалізації усіх її інтелектуальних і творчих

можливостей, підвищення освітнього, наукового та інформаційного комунікативного потенціалу країни, поліпшення здоров'я громадян, формування здорового способу життя, створення умов для підвищення трудової та творчої активності населення, подолання бідності та формування на цій основі нової якості життя.

Соціальні завдання розв'язуються частково. Довгострокові стратегії соціального розвитку у реальних умовах сьогодення замінюються тактичними заходами, спрямованими на «латання дір» – розв'язання найнагальніших проблем як на загальнодержавному, так і на місцевому рівнях державного управління.

Відсутність довгострокової стратегії розвитку держави, на думку Е. Лібанової, супроводжується тим же серед населення – 60% або живе виключно сьогоденням, або планує своє майбутнє на дуже короткий строк [5].

Значимо, що під впливом постійно зростаючих потреб ця невідповідність може, навіть, збільшуватися, тому у стратегічних пріоритетах соціального розвитку на загальнодержавному рівні необхідно дотримуватися прийнятних соціальних стандартів, шукати способи більш ефективного забезпечення соціальних потреб за рахунок розвитку соціальної відповідальності бізнесу, діяльності громадських організацій. Це проблема обмеженості усіх видів ресурсів, яка характерна для більшості країн. Вона актуалізується у концепції сталого розвитку, квінтесенція якої полягає у необхідності залишити нащадкам Землю, ресурси планети принаймні не в гіршому стані, ніж вони дісталися сучасним поколінням.

Для України проблема сталого людського розвитку стає сьогодні актуальною як ніколи. Як зазначається у Національній доповіді «Сталий людський розвиток: забезпечення справедливості», «...Кілька десятиріч системної суспільної кризи призвели до того, що усі надбання нашого часу (здобуття незалежності, впровадження ринкових і соціальних реформ, розширення вибору й доступу до сучасних інформаційних технологій тощо) не можуть переважити тенденцій деградації природного, рукотворного середовища та людського потенціалу країни. Нестримна жага подальшого збагачення найзаможніших верств, з одного боку, і крайні злидні та маргіналізація частини населення – з другого спричиняють хижацьке знищення усіх доступних ресурсів, руйнацію природної та культурно-історичної спадщини без огляду на майбутнє» [6].

Порівняння рівня стратегічних соціальних капіталовкладень із їх оптимальним обсягом дає уявлення про масштаби цих витрат та їх співвідношення з об'єктивно необхідними, які ґрунтуються на показниках соціальних стандартів та враховують можливості сучасного етапу економічного розвитку. Ці порівняння можливо здійснити на мікро-, мета- і макрорівнях.

Забезпечення та підтримання високого СКС країни передбачає отримання наступних ефектів, що впливають на формування соціальних конкурентних переваг країн:

- ефект оптимізації соціальних пріоритетів та програм соціально-економічного розвитку на основі світового досвіду, соціальних прогнозів та національних

пріоритетів та виходячи з реального стану і національної специфіки розв'язання соціальних завдань;

- синергетичний ефект – підсилення соціального ефекту за рахунок формування таких складових/напрямків стратегічних програм соціального розвитку, елементи яких тісно пов'язані між собою (на горизонтальному і вертикальному рівнях управління) і за рахунок цього можуть давати ліпший соціальний результат;
- ефект масштабу – орієнтації на розв'язання фундаментальних соціальних завдань, досягнення яких може створювати стимули та зумовлювати ланцюгову реакцію у вирішенні більш локальних проблем на різних рівнях господарювання;
- імпорт ефективності (ефект «наздоганяючого» розвитку) – впровадження найбільш ефективних моделей соціально орієнтованої економіки, використання досвіду розв'язання соціальних проблем, формування програм соціально-економічного розвитку, реформування системи освіти, медицини, впровадження новітніх технологій у комунікаційних процесах, формування мережевих структур, електронного уряду, досвіду приєднання до Глобального договору, використання інших ефективних практик соціалізації бізнесу;
- ефект інноваційного імпульсу для розв'язання національних соціальних завдань, наприклад, використання досвіду соціального підприємництва, формування ефективних механізмів соціального страхування тощо;
- ефект конкурентних стимулів – поява нових соціальних практик стимулює механізми конкуренції, що сприяють зростанню соціального потенціалу країни;
- застосування національних переваг соціалізації економічних відносин, заснованих на використанні національно-історичних соціокультурних чинників сталого економічного розвитку;
- ефект стратегічної соціальної переваги, яка полягає у закріпленні або підсиленні соціальних конкурентних переваг країни, що стосуються окремих сфер, видів діяльності, ефективних культурних практик, освіти, професійних знань та вмінь тощо.
- іміджевий ефект – залучення людського капіталу та відповідних економічних агентів, зокрема стратегічних інвесторів, профільних споживачів і ТНК, та сприяння трансферу «неявних знань», які полягають в уявленні про країну як надійного партнера при міжнародному співробітництві, який здатен реалізувати найбільш амбітні проекти;
- ефект коопераційної готовності – накопичення та використання досвіду інших країн у розв'язанні соціальних завдань та готовність до функціонування до співпраці в міжнародних організаціях, що дають можливість нарощення кількості знань та синергії ідей, що базуються на різних соціально-економічних умовах.

- ефект оптимізації ресурсів – економія за рахунок відмови від окремих видів соціальних практик та спрямування вивільнених ресурсів на інноваційну діяльність, що характеризується більшою пріоритетністю та більшим соціальним потенціалом;
- ефект інноваційно-інвестиційного іміджу як фактора залучення людського капіталу для поліпшення комунікації та процесів налагодження міжнародного співробітництва;
- ефект передачі досвіду вивчення зовнішнього середовища для того, щоб виявляти майбутні тенден-

ції розвитку потреб, порівнювати витрати і соціальні результати, використовувати відносно дешевші ресурси для забезпечення інноваційного розвитку;

- ефект формування організаційної культури суспільства, використання суспільних інститутів, захисту інтелектуальної власності, державно-приватного партнерства, усунення конфліктів, недопущення соціальних потрясінь.

ЛІТЕРАТУРА

1. Ансофф І. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Питер Ком, 1999. – 416 с.
2. Анхольт С. Брендинг: дорога к мировому рынку. – М.: КУДИЦ-ОБРАЗ, 2004.
3. Ілляшенко С. М. Аналіз залежності бренду країни від рівня її соціально-економічного розвитку/ С. М. Ілляшенко, Є. О. Голишева. Аналіз // Механізм регулювання економіки. – 2009. – № 2. – С.175–181.
4. Концепція Державної програми підвищення конкурентоспроможності національної економіки на 2007 – 2015 роки. – К.: НАН України, 2007. – 220 с.
5. Лібанова Е. Презентація Національної доповіді «Сталий людський розвиток: забезпечення справедливості» / Елла Лібанова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nas.gov.ua/text/pdfNews/National%20dopovid.pdf>
6. Сталий людський розвиток: забезпечення справедливості: Національна доповідь / кер. авт. колективу Е.М. Лібанова / Інститут демографії та соціальних досліджень ім. М.В. Птухи. – Умань: Видавничо-поліграфічний центр «Візаві», 2012. – 412 с.
7. Пахомов С. Ю. Міжнародна конкурентоспроможність в умовах формування глобальної інституційної системи. – Рукопис. Дисерт. д.е.н. спеціальність – 08.00.02 – світове господарство і міжнародні економічні відносини – Київ, 2011. – с.5.
8. Чалий В. Міжнародний імідж України: оцінки експертів / Валерій Чалий [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.razumkov.org.ua/additional/article_chaly_NSD3_ukr.pdf
9. Швиданенко О. А. Глобальна парадигма конкурентоспроможності: імперативи становлення та розвитку/ Олег Анатолійович Швиданенко: а-реф. ... докт. екон. наук 08.00.02 / Швиданенко Олег Анатолійович. – К., 2007. – 40 с.
10. Щурко О. Чинники формування міжнародного образу держави: принципи класифікації / Олена Щурко. – Політична наука в Україні: стан і перспективи: матеріали всеукраїнської наукової конференції (Львів, 10-11 травня 2007 року) / Укл. Поліщук М., Скочилас Л., Угрин Л. – Львів, ЦПД, 2008. – 308 с.

REFERENCES

- Ansoff, I. *Novaia korporativnaia strategii* [The new corporate strategy]. St. Petersburg: Piter Kom, 1999.
- Ankholt, S. *Brending: doroga k mirovomu rynku* [Branding: the road to the world market]. Moscow: KUDITs-OBRAZ, 2004.
- Chalyi, V. "Mizhnarodnyi imidzh Ukrainy: otsinky ekspertiv" [International image of Ukraine: expert opinions]. http://www.razumkov.org.ua/additional/article_chaly_NSD3_ukr.pdf.
- Illiashenko, S. M., and Holysheva, Ye. O. "Analiz zalezhnosti brendu krainy vid rivnia ii sotsialno-ekonomichnoho rozvytku" [Analysis of the dependence of the country on the brand of its socio-economic development]. *Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky*, no. 2 (2009): 175-181.
- Kontsepsiia Derzhavnoi prohramy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti natsionalnoi ekonomiky na 2007 - 2015 roky [Concept of the State increase the competitiveness of the national economy in 2007 - 2015 years]. Kyiv: NAN Ukrainy, 2007.
- Libanova, E. "Prezentatsiia Natsionalnoi dopovidi «Stalyi liudskiy rozvytok: zabezpechennia spravedlyvosti»" [Presentation of the National Report "Sustainable human development: ensuring justice"]. <http://www.nas.gov.ua/text/pdfNews/National%20dopovid.pdf>.
- Pakhomov, S. Yu. "Mizhnarodna konkurentospromozhnist v umovakh formuvannia hlobalnoi instytutsiinoi systemy" [International competitiveness in the emerging global institutional system]. *dys. ... d-ra ekon. nauk: 08.00. 02*, 2011.
- Stalyi liudskiy rozvytok: zabezpechennia spravedlyvosti [Sustainable Human Development: to ensure fairness]. Uman: Vizavi, 2012.
- Shvydanenko, O. A. "Hlobalna paradyhma konkurentospromozhnosti: imperatyvy stanovlennia ta rozvytku" [Global competitiveness paradigm: the imperatives of formation and development]. *avtoref. dys. ... d-ra ekon. nauk: 08. 00. 02*, 2007.
- Shchurko, O. "Chynnyky formuvannia mizhnarodnoho obrazu derzhavy: pryntsypy klasyfikatsii" [Factors forming the international image of the state: the principles of classification]. *Politychna nauka v Ukraini: stan i perspektyvy*. Lviv: TsPD, 2008.