

УДК: 330.8

**ТЕОРІЯ НОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ГЕОГРАФІЇ ТА ДІЯЛЬНІСТЬ БНП**  
**THE THEORY OF NEW ECONOMIC GEOGRAPHY AND MNE**  
**ТЕОРИЯ НОВОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ГЕОГРАФИИ И**  
**ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МНП**

**Кропова А.С.**

Студентка магістратури Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка. E-mail: [anastasiia.kropova@gmail.com](mailto:anastasiia.kropova@gmail.com)

**Kropova A.**

Masters Student of Institute of International Relations Taras Shevchenko National University of Kyev. E-mail: [anastasiia.kropova@gmail.com](mailto:anastasiia.kropova@gmail.com)

**Кропова А.С.**

Студентка магистратуры Института международных отношений Киевского национального университета имени Тараса Шевченка. E-mail: [anastasiia.kropova@gmail.com](mailto:anastasiia.kropova@gmail.com)

**Анотація.** У статті узагальнено представлено теоретичні аспекти створення просторових агломерацій та кластерів. Зокрема, розглянуто теорію нової економічної географії як базову модель, що пояснює причини створення таких агломерацій та кластерів, основні передумови та переваги. Досліджено еволюцію розвитку концепції, чинники, що пояснюють доцільність ведення економічної активності БНП за такого підходу. Також окреслено подальші удосконалення теорії, які призвели до створення нової економічної географії II, а також визначено основні переваги та недоліки такої моделі.

**Ключові слова:** Теорія «нової економічної географії», економіка агломерацій, міське середовище, НЕГ II, прямі іноземні інвестиції, багатонаціональне підприємство, кластер, модель.

**Abstract.** The article summarizes the theoretical aspects of the

development of spatial agglomeration and clusters. In addition, the theory of new economic geography is considered as a basic model that explains the reasons of the creation of such agglomeration and clusters, the main prerequisites and advantages. The evolution of the concept development, the factors explaining of conducting economic activity of the MNE under this approach are studied. Moreover, it is also outlined further improvements in the theory that led to the establishment of a new economic geography II, as well as identifies the main advantages and disadvantages of a such model.

**Keywords:** Theory of new economic geography, agglomeration economics, urban environment, NEG II, foreign direct investment, multinational enterprise, cluster, model.

**Аннотация.** В статье обобщенно представлены теоретические аспекты создания пространственных агломераций и кластеров. В частности, рассмотрено теорию новой экономической географии как базовую модель, объясняющую причины создания таких агломераций и кластеров, основные предпосылки и преимущества. Исследована эволюция развития концепции, факторы, объясняющие целесообразность ведения экономической активности МНП при таком подходе. Также определены дальнейшие усовершенствования теории, которые привели к созданию новой экономической географии II а также определены основные преимущества и недостатки такой модели.

**Ключевые слова:** Теория новой экономической географии, экономика агломераций, городская среда НЭГ II, прямые иностранные инвестиции, многонациональное предприятие, кластер, модель.

**Вступ.** Однією із тенденцій останніх років є те, що прямі іноземні інвестиції розміщуються вкрай нерівномірно. Одні регіони мають чималі вкладення у різного роду сфери, у той час як інші взагалі не мають вкладень, тобто існує стійка тенденція з приводу концентрації ПІІ у певних регіонах, що спричинено економічною привабливістю для

діяльності БНП. Це спричиняє створенню просторових агломерацій, у межах яких виникає так звана економіка агломерацій, яка у подальшому сприятиме зростанню кластерів. Ряд окремих науковців вже наразі робить припущення про те, що у майбутньому не країни будуть конкурувати за прямі іноземні інвестиції, а їх регіони, окремі агломерації та міста. Іншою тенденцією, яка намітилася поруч зі збільшенням кількості агломерацій, є також кластерний підхід до ведення діяльності серед світових БНП. Тому, окремі міста світу або навіть декілька міст в середині однієї країни намагаються розбудувати кластер, який спеціалізується у певній галузі та відображає економічний потенціал та потужності таких міст. Такі організації також сприяють зростанню науково-технічного розвитку, створенню патентів, розвитку інновацій та можливістю стати лідером у своїй ніші [9]. Це у свою чергу створює ряд економічних вигод для БНП, які можуть як співпрацювати з іншими компаніями-аналогами, обмінюючись досвідом чи необхідними компонентами, так і отримувати нові технології прямо від центру, що займається такими дослідженнями. Усе це обумовлює надзвичайну актуальність даної тематики.

**Метою даної статті** є дослідження теоретичних аспектів, які спонукають БНП вести свою економічну діяльність у межах просторових агломерацій та кластерів.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Дослідженнями теоретичних аспектів нової економічної географії займалися ряд зарубіжних та українських науковців, серед яких слід відмітити Л. Альфаро, Е. Бергмана, К. Боджа, Е. Венабльса, Г. Гансена, Г. Гарретсона, І. Гоша, М. Дірзу, М. Енріхта, П. Комбеса, П. Кругмана, Д. Пуга, Е. Фанга, М. Франко, М. Фудзіту та ін.

Серед українських науковців, які вивчають функціонування БНП у межах просторових агломерацій та кластерів виступають такі дослідники, як М. Акулов, В. Захарченко, І. Ліщинський, Р. Крамаренко, З. Люльчак, З.

Мамедова, І. Парасюк. О. Рогач тощо.

### **Виклад основного матеріалу.**

Значна диференціація локалізації міжнародного виробництва спонукала багатьох учених дати теоретичний аналіз розвитку економічної концентрації виробництва в цілому та діяльності БНП. Одним із найбільш відомих підходів до дослідження цих питань стала теорія «нової економічної географії» (НЕГ), основи якої розробили в 1990-ті рр.

Так, природні переваги можуть бути частиною географічної концентрації. Наприклад, на розташування фірм, які виробляють нафтопродукти та видобувають вугілля, ймовірно, впливає розташування запасів викопного палива. Однак географічна концентрація має ряд інших чинників, які впливають на її створення, щоб пояснити її лише наявністю природних ресурсів. Маршалл (1920 р.) описав три механізми створення агломерації [16].

По-перше, створення кластерів дає змогу отримати великий набір постачальників ресурсів та задовольнити потреби своїх споживачів. По-друге, галузі, яким необхідні одні й ті самі робітники, можуть розміститись так, що і фірми, і працівники отримують вигоду від розміщення. По-третє, працівники можуть швидко отримати або розвинути свої знання та навички один у одного в промисловому кластері [68]. Окрім природної переваги та механізмів агломерації, на думку Маршалла, на рішення фірми про її місцезнаходження можуть впливати інституційні фактори. Дії, які здійснюються державним сектором, зокрема, рівень оподаткування, екологічні норми та програми заохочення ведення бізнесу, також мають вирішальне значення для бізнесу [15].

Відповідно значна диференціація локалізації міжнародного виробництва спонукала багатьох учених дати теоретичний аналіз розвитку економічної концентрації виробництва в цілому та діяльності БНП. Першим, хто спробував пояснити економічну географію був

німецький вчений Й. фон Тюнен, який у 1826 р. ввів поняття «промислового центру», а також пояснив важливість транспортних витрат.

Подальші дослідження з питання нерівномірності розвитку регіонів робили такі німецькі науковці як В. Хрісталлер (1933 р.), де з'явилося поняття «ієрархії центрів», Ф. Перроу, Б. Артуру, Г. Мирдалу та ін. продовжували розвиток даної концепції [18].

Проте, одним із найбільш відомих підходів до дослідження цих питань стала теорія «нової економічної географії» (НЕГ), основи якої розробили в 1990-ті рр. Пол Кругман, Масахіса Фудзіта та Ентоні Венабльс. Пізніше інші дослідники (А. Аскані, Х. Бренліх, Д. Девіс, П. Комбес, Д. Пуга, Г. Гансен) поглибили крім напрямки цієї теорії, її математичний інструментарій та емпірично перевірили її гіпотези [19].

Нова економічна географія стала новим напрямком економічної теорії використання простору. Вона намагається пояснити утворення різних форм економічної агломерації у географічному просторі, використовуючи загальну модель рівноваги [8].

Модель рівноваги використовується для побудови змін опису економічної ситуації та показує як економіка може реагувати на зміну в технологіях чи впливу зовнішніх факторів. БНП виступають на ринку факторів як покупці, а на ринку споживчих товарів як продавці. Домашні господарства у свою чергу виступають як власники факторів виробництва та покупцями споживчих товарів. Відповідно на основі попиту і пропозиції відбувається встановлюється загальна рівновага [6; 14].

Теорія нової економічної географії охоплює багато аспектів, що визначають закономірності розміщення фірм. Зокрема, концепція НЕГ намагається дати відповіді на такі питання як: напрямок руху ПП, унікальність створення кластерів міжнародного виробництва, закономірності розвитку глобальної економіки, утворення економічних зв'язків між різними географічними зонами, вплив цих зв'язків на рівень

доходів у регіонах тощо, з точки зору мікроекономічних учень. А також розглядає як просторова структура економіки визначається взаємозалежністю між операційними витратами та різними типами віддачі від масштабів виробництва [2].

Відповідно методологічні припущення концепції НЕГ включають: зростання віддачі (прибутковості); монополістична конкуренція; транспортні витрати; зовнішні економічні фактори [11].

Зростання віддачі проявляється у тому, що у більшості випадків БНП зацікавлені концентрувати своє виробництво в просторі так, як це надає їм переваги від економії на масштабах, а це в свою чергу знижує собівартість продукції та підвищує прибутки, тобто цей фактор змушує БНП здійснювати ПП до певних центрів економічної діяльності [1].

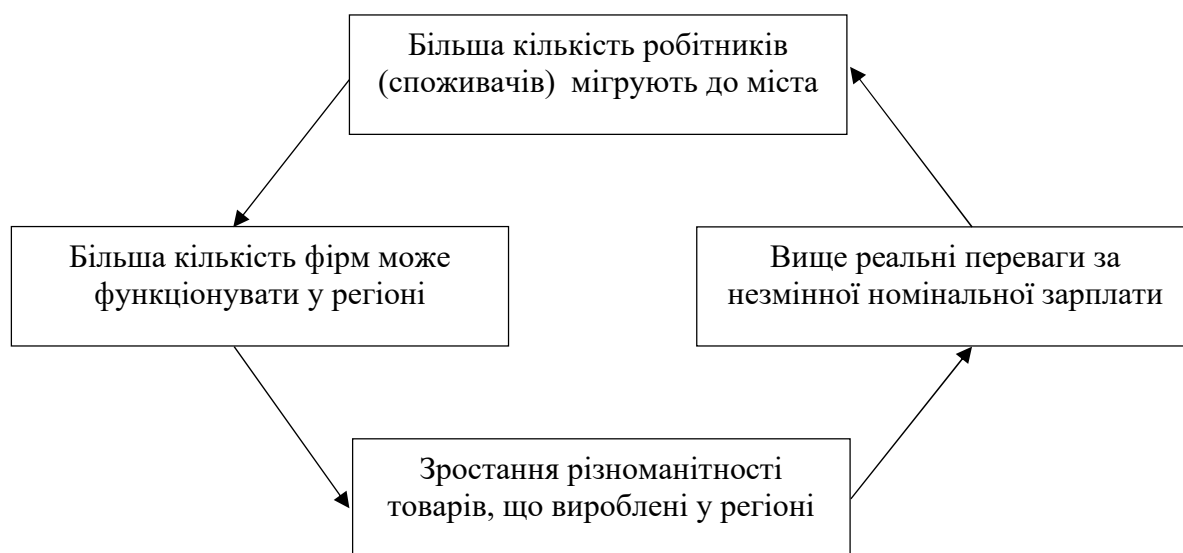
Монополістична конкуренція, на думку розробників концепції НЕГ, також відіграє чималу роль, оскільки конкуренція на ринку є далеко не досконалою, оскільки компанія за допомогою збільшення власного виробництва може зменшити собівартість своєї продукції. Відповідно БНП, яка вирішує концентрувати своє виробництво в одному місці, отримує усі переваги від економії на масштабах [5].

Транспортні витрати, на відміну від інших традиційних теорій, були враховані розробниками концепції, де автори показали, що зосередження сировини, виробництва, постачальників та споживачів на невеликих відстанях один від одного також здешевлює продукцію, що відіграє надзвичайно важливу роль під час створення агломерацій [7].

І останній, але не менш важливий чинник, що впливає на процес формування агломерацій – зовнішні фактори. Науковці враховують серед зовнішніх факторів створення агломерацій на ринках робочої сили із особливими навичками та вміннями, який у свою чергу створює особливий ринок послугів і факторів виробництва, а він у свою чергу сприяє наявності «спіловер-ефекту» знань та інформації. У сукупності всі

ці чинники створюють ряд переваг для розміщення БНП у агломераціях [12].

Унаслідок дії вищезазначених факторів виникає ряд причинно-наслідкових зв'язків, які сприяють зосередженню економічної діяльності БНП у певних регіонах (рис. 1) [7].



**Рис. 1 Причинно-наслідкові зв'язки у просторовій агломерації фірм та робітників**

Джерело: [7]

Тому, зростання економії від масштабу у виробництві підсилює агломераційні процеси. Крім того, існує також критичний рівень економії від масштабу в промисловому виробництві, при перевищенні якого незалежно від решти параметрів економіки симетрична рівновага є нестійкою, а агломераційні процеси – самопосилюючими. Відповідно розвиток економіки за принципом «центр-периферія» стає неминучим. Але, якщо ж розмір економії від масштабу нижче критичного рівня, то в залежності від комбінації параметрів можливе домінування в економіці як доцентрових, так і відцентрових сил [4].

Модель П. Кругмана базувалася на наступних припущеннях:

- не існує негативних зовнішніх ефектів між фірмами, що прямо на

них впливають (наприклад, через забруднення);

- не існує ринку житла та землі;
- домогосподарствам байдуже на регіони з однаковим рівнем оплати праці;
- існує лише два регіони;
- динаміка вибору місця розташування фірми не впливає на вибір;
- жоден з двох регіонів не має вищої ресурсної бази чи технології;
- проміжних товарів не існує.

Перші три припущення додають нові відцентровані сили, четверте припущення, тобто можливість додавання додаткових регіонів призводять до складнішого рівня організації агломерацій. П'яте припущення надзвичайно важливе, оскільки не очевидно наскільки сильно результат залежить від процесу регулювання. Без шостого припущення не виникали б питання ефективності, а введення проміжних товарів призводить до додаткових зворотних та прямих зв'язків [13].

П. Кругман також створив схематичну модель розуміння агломераційних процесів. Науковець припускає, що існує декілька регіонів, які розташовані у вигляді кола, і які змодельовані у вигляді точок, де регіони розміщуються один за одним у вигляді ліній, що призводить до того, що простір – одновимірний [8].

Відповідно ключовими положеннями нової економічної географії виступають:

1. Споживання - споживачі вважають, що вони віддають перевагу різноманітним товарам та максимізують їх корисність відповідно до функції постійної еластичності заміщення, визначеної для всіх таких видів. Споживчі переваги вважаються однаковими у межах просторової агломерації.

2. Виробники – вважається, що БНП максимізують прибуток одного заводу, при цьому кожен завод виробляє лише один (унікальний) товар, а



виробництво на одному заводі дешевше, ніж на декількох. Передбачається, що фірми перебувають поблизу ринків збуту (попит).

3. Працівники - припускається, що ринки праці миттєво заповнюються. Передбачається, що працівники їздять між населеними пунктами (регіонами) у відповідь на просторові різниці в реальній заробітній платі [3].

4. Ринкова структура – існує двохсекторна економіка: конкурентоспроможний традиційний (сільськогосподарський) сектор та виробничий сектор, що характеризується недосконалою конкуренцією, й у свою чергу вважається монополістичним типом, з економією на масштабі як внутрішньої (постійні витрати у виробництві), так і зовнішньої (грошові або ринкові зовнішні ефекти) основи.

5. Торгівельні та транспортні витрати - припускається, що вони мають тип «айсберга». Вказуючи, на перевагу розташування в регіонах з доступом до ринку.

6. Географічний вимір - економіка складається з двох гіпотетичних місць або регіонів, однакових за розміром або обсягом. Ці регіони можуть мати будь-який масштаб (країни, регіони країни, міста, внутрішні та зовнішні райони міста) [10].

У своїй еволюції нова економічна географія пройшла певний розвиток. У 2006 р. Бошума та Френкен доопрацювали дану концепцію, яка отримала назву «нова економічна географія II» (НЕГ II) або «еволюційна економічна географія». НЕГ II також досліджує перспективу розвитку агломерацій з точки зору динамічних перспектив, оскільки економічні ефекти, які виникають мають просторовий характер. Центром досліджень еволюційної економічної географії постав процес зародження та зникнення БНП та секторів економіки, а також роль інновацій та спільний розвиток фірм [12]. На відміну від якісних методів, використовуваних НЕГ, методи, що використовувались у ранніх

дослідженнях НЕГ II, були в основному кількісними. Хоча нещодавно в деяких дослідженнях еволюційної економічної географії використовувались змішані методи, кількісні методи формального моделювання, статистичні тести теоретичних положень залишаються основними. З іншого боку, щоб уникнути теоретизування економічних географічних явищ на нейтральній основі, як це зазвичай роблять при дослідженнях НЕГ, у дослідженнях НЕГ II науковці оцінюють географічні відмінності в тому сенсі, що економічні дії вважаються контекстуальними, а не зумовленими розрахунками на максимізації. Більше того, у другій концепції приділяється більше уваги мікроосновам економіки, оскільки наголошується на важливості організаційних процесах. У НЕГ II також розглядають регіональну диверсифікацію, залежність від логістики, пов'язану діяльність між декількома БНП. Хоча наразі еволюційна економічна географія є найпопулярнішою парадигмою в економічній географії, її також критикують за недостатню увагу до ролей соціального, культурного та інституційного середовища економічної діяльності (МакКіннон, 2009) [17].

**Висновки.** Таким чином, розміщення БНП у межах просторових агломерацій та відповідне формування кластерів у таких регіонах приносить ряд економічних переваг для компаній, які допомагають їм покращити результати своєї діяльності та мати більше конкурентних переваг по відношенню до своїх конкурентів. Ряд теорій намагаються пояснити даний феномен. Проте, найбільшого прогресу було досягнуто розробниками теорії економічної географії, один із розробників якої, Пол Кругман, у 2008 р. отримав Нобелівську премію з економіки. Подальші дослідження теорії були висвітлені у концепції нової економічної географії II, яка стала удосконаленням тверджень попередньої теорії.

#### **Список використаних джерел**

1. Рогач О. Багатонаціональні підприємства: підручник. Київ, 2019,

385 с.

2. Рогач О. І. Реструктуризація глобальних ланцюжків створення вартості багатонаціональних підприємств / О. І. Рогач. // Інститут економіки та прогнозування НАН. – 2019. – С. 22–25.

3. Рогач О. І. Теорія міжнародного бізнесу: від народження до сьогодення / О. І. Рогач. // Актуальні проблеми міжнародних відносин. Випуск 138. КНУ ІМВ. – 2019. – С. 22–25.

4. Рогач О. І. Глобальна економіка / О. І. Рогач, В. Є. Намонюк, О. В. Підчоса. – Київ: ІМВ КНУ, 2020. – 171 с.

5. Рогач О.І. Еволюція теорії міжнародного руху підприємницького капіталу . Сучасні тенденції міжнародного руху капіталу: монографія / за ред. Рогача О.І. К.: Вид-во «Центр учбової літератури», 2019, – с.11-22.

6. Рогач О. І. Особливості сучасних багатонаціональних підприємств / О. І. Рогач. // International relations, part “Economic sciences”. – 2019. – №19.

7. Рогач О.І. Теорії міжнародного бізнесу: підручник. Київ, 2018. – 687 с.

8. Fujita M. The Spatial Economy: Cities, Regions, and International Trade / Fujita M., Krugman P., Venables A.J.. – London, England: The MIT Press, 1999. – 367 с.

9. Rogach O. Foreign Direct Investment: Dynamics and Structural Changes / O. Rogach. // Journal of Global Economy Review. – №19.

10. Rogach O. Network Production of Multinational Firms: Dynamics and Structural Changes. Internationalization of the World Economy: Current Trends / O. Rogach. // Monograph. – 2020. – №19.

11. Рогач О. І. Багатонаціональні підприємства та розвиток теорії міжнародного бізнесу. 2019. URL: [http://liber.onu.edu.ua/pdf/visn\\_econom\\_24\\_5\(78\).pdf](http://liber.onu.edu.ua/pdf/visn_econom_24_5(78).pdf).

12. Рогач О.І. Методологічні аспекти аналізу багатонаціональних підприємств. Київ, 2019 URL: [https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/32001/2019\\_1\\_Rogach.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/32001/2019_1_Rogach.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
13. Armin Schmutzler. The New Economic Geography. 2002. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/1467-6419.00087>.
14. Laura Alfaro. Spatial Agglomeration and Superstar Firms: Firm-level Patterns from Europe and US. URL: [https://www.ecb.europa.eu/pub/conferences/shared/pdf/20190617\\_ECB\\_forum\\_Sintra/paper\\_Alfaro.en.pdf](https://www.ecb.europa.eu/pub/conferences/shared/pdf/20190617_ECB_forum_Sintra/paper_Alfaro.en.pdf).
15. Madalina-Stefania Dirzu. A Conceptual Approach to Economic Agglomerations. URL: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/198179/1/ceswp-v04-i3-p316-322.pdf>
16. Marshall A. Principles of Economics. URL: <http://www.econlib.org/library/Marshall/marP.html>.
17. Robert Hassink. New Economic Geography. 2019. URL: [https://www.researchgate.net/publication/308782681\\_New\\_Economic\\_Geography](https://www.researchgate.net/publication/308782681_New_Economic_Geography).
18. Rogach O. MNC's Theory and Global Value Chain. URL: <http://journals.iir.kiev.ua/index.php/apmv/article/view/3698/3375>.
19. Yilin Dong. The Location of New Manufacturing Firms: How Important Are Agglomeration Economies? URL: <https://www.aeaweb.org/conference/2018/preliminary/paper/EiktyNd3>.