

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ СВІТОВОГО ГОСПОДАРСТВА

УДК 339.982:339.56:339.727.2:32.019.5

О. Чугаєв, канд. екон. наук, доц.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ФАКТОРИ ІМІДЖУ КИТАЮ У КРАЇНАХ СВІТУ

М'яка сила та імідж країни є багатокомпонентним явищем, яке може бути пов'язаним з характером її зовнішньо-економічних зв'язків. Метою статті є визначення ролі економічних складових м'якої сили Китаю та оцінка впливу міжнародних торговельних, інвестиційних та іміджевих зв'язків основних економічних і політичних центрів світу (США, ЄС, Китай, Росія) на імідж Китаю у країнах світу. Регресійно-кореляційний аналіз дозволив встановити характер та величину впливу відповідних факторів. Побудовані статичні та динамічні регресійні моделі для визначення факторів впливу на загальний імідж Китаю та його динаміку.

Ключові слова: економічна сила, м'яка сила, міжнародний імідж країни, Китай, міжнародні економічні відносини.

Актуальність теми дослідження. Китай є одним з провідних економічних центрів світу. Поряд з об'єктивною складовою його економічна сила визначається також суб'єктивним сприйняттям людей світу, яке характеризується поняттям м'яка сила або імідж країни (ці поняття тісно пов'язані та часто ототожнюються). На імідж країни впливають багато економічних і позаекономічних факторів, у тому числі торговельні та інвестиційні зв'язки країни та її конкурентів.

Аналіз останніх публікацій. Ряд дослідників виділяють фактори економічної складової м'якої сили країн. Т.А. Баранова та С.А. Нікіпелова виділяють як інструменти м'якої сили та іміджу країни: власне економічні, культурні, туристичний, інвестиційний та науково-освітній потенціал [1]. Як зазначає О.М. Тищенко-Тишковець, активна складова економічної м'якої сили включає, зокрема, популяризацію економічних досягнень, допомогу країнам, що розвиваються [2]. Базуючись на підході М.Г.Капітоненко, зазначимо, що економічна складова м'якої сили залежить від здатності розповсюджувати власну економічну ідеологію; участі у створенні та підтримці міжнародних економічних режимів, норм та організацій, що сприяють такому розповсюдженню; привабливості країни для міжнародної економічної імміграції; експорту культурної продукції (фільми, музика, книжки); кількості іноземних студентів, туристів, видатних економістів [3].

К.Уїтні та Д.Шамбо у 2008 р. провели дослідження м'якої сили основних впливових країн Східної Азії (Китай, Японія та Республіка Корея) та США на основі опитування громадськості цього регіону. Були розглянуті п'ять аспектів м'якої сили: безпосередньо економічна, пов'язані з економікою (людський капітал, культура) та неекономічні (дипломатична репутація та політична система).

За шкалою від 0 до 1, економічна сила Китаю оцінюється як 0,52-0,57 у США, Японії та Республіці Корея та 0,70-0,73 у Індонезії та В'єтнамі [4, с. 35]. У економічній м'якій силі у регіоні Китай поступався США та Японії, але трохи випередив Республіку Корею за критеріями сприймаємої економічної важливості для інших країн, міжнародної конкурентоспроможності та економічного впливу у Азії. Проте імідж Китаю має посередні оцінки за критеріями підприємницького духу та суперечливі оцінки щодо якості китайських товарів [4, с. 7-8, 16].

76% опитаних у В'єтнамі та 68% в Індонезії вважають, що китайські компанії роблять позитивний внесок у розвиток їх країн. У Республіці Корея ця цифра становить 53%, Японії 51%, а у США лише 41%. Між США та Китаєм також трапляються непоодинокі торговельні суперечки. Американці занепокоєні торговельним дефіцитом з Китаєм, аутсорсингом робочих місць, а також вважають, що здатність Китаю надавати можливостей

для американської робочої сили є низькою. США більше цінують економічні відносини з ЄС та Японією ніж з Китаєм. Проте американці помірно високо оцінюють міжнародну конкурентоспроможність Китаю, його провідні транснаціональні компанії, підприємницький дух. А 53% японців підтримують двосторонню торговельну інтеграцію з Китаєм [4, с.24, 29].

Китай також посідає третє місце за м'якою силою людського капіталу. Зокрема, він випередив Республіку Корею за критерієм наука і технології. Американці оцінюють відносно високо досягнення Китаю у науці та техніці, помірно високо рівень освіти населення Китаю. Проте Китай має низькі рейтинги як місце, де надають переваги у навчанні дітей мешканці інших країн [4, с. 9, 17, 25].

Культурна продукція Китаю не настільки успішно проникає у масову культуру сусідніх країн. Переважна більшість мешканців Японії, Республіки Корея та більшість у Індонезії не дивляться або рідко дивляться китайське кіно та телебачення. Значна частина населення часто дивиться їх лише у В'єтнамі. Ймовірною причиною називається, як правило, доступність цієї продукції лише китайською мовою, тому вона має вплив переважно на китайську діаспору. Американці помірно високо оцінюють привабливість Китаю як місця для туризму [4, с. 17, 25].

У дослідженні Pew Research Center аналізується ставлення до економічного зростання Китаю. Погляди на економічне зростання Китаю різняться. У 2011 р. найкраще ставлення до економічного зростання Китаю було у Кенії (85% опитаних оцінили це позитивно), Пакистані (79%), Палестині (66%), Йорданії (66%), Індонезії (62%), найгірше – у Туреччині (13%), Індії (29%), Польщі (32%), США, Росії, Україні (37%). При цьому країни сприймають економічне зростання Китаю помітно краще, ніж його військове посилення [5, с.7].

В.В. Федоров та Д.В. Поліканов зазначають, що завдяки зростанню економічної потужності Китаю та протидії диктату США за останнє десятиліття 28% росіян змінили свою думку про Китай на кращу. Якщо 56% бачили у Китаї союзника та партнера, то ворога – лише 4% [6].

Е. Дабагян вказує, що в цілому по світу вплив економічного підйому Китаю виявився позитивним для країн-виробників енергії, сировини та сільськогосподарських продуктів, але вдарив по країнах, які експортують промислові вироби внаслідок цінової конкуренції. Розширення зв'язків з Китаєм призводить до зростання імпорту споживчих товарів для малозабезпечених верств населення. У той же час 60% експорту до США – це експорт промислової продукції. Наприклад за останні декілька років відбулося зменшення частки легкої промисловості у Бразилії на 3%, Колумбії на 2%. У Ла-

тинській Америці поступово зростала кількість невдоволених товарною структурою торгівлі з Китаєм. Навіть, якщо розглядати інвестиції всередину країни є занепокоєння щодо екологічних наслідків інвестицій з Китаю та порушення трудового законодавства [7].

Лю Цзайци зазначає, що перевага у м'якій силі країн Заходу над Китаєм пояснюють наявністю практично всеохоплюючої розвинутої системи соціального забезпечення, що базується на розвинутій економіці [8].

Проте в існуючих дослідженнях часто не вистачає кількісних оцінок впливу факторів, особливо з числа об'єктивних показників міжнародних економічних відносин.

Постановка задачі. Мета статті полягає у визначенні ролі економічних складових м'якої сили Китаю та оцінці впливу міжнародних торговельних, інвестиційних та іміджевих зв'язків основних економічних і політичних центрів світу (США, ЄС, Китай, Росія) на імідж Китаю у країнах світу.

Результати дослідження автора. Наше дослідження проведене за даними по 43 країнах з різних континентів. Показники іміджу Китаю або іншого центру сили розраховані нами як частка позитивних відповідей респондентів у певній країні на запитання про ставлення до відповідного центру сили; експорт, імпорт і накопичені прямі іноземні інвестиції – як частка у ВВП відповідної країни. Всі показники взяті у частках одиниці. Показники динаміки розраховані як різниця між поточним і базовим значенням показника. Як поточні дані використані дані за 2013 р. (за відсутності даних – за найближчий до нього рік). Базовий період – це 2007 р. (або найближчий).

Ми розглядаємо як залежну змінну ставлення до Китаю, а міжнародні економічні показники та інші показники іміджу – як незалежні змінні. Проте це не виключає

наявність обернених причинно-наслідкових зв'язків. У жодному випадку ми також не розглядаємо статичні показники як залежні від динамічних. Джерела даних: для показників іміджу [9], для ВВП [10], експорту та імпорту [11], прямих іноземних інвестицій [12; 13; 14].

Внаслідок відсутності даних МВФ з прямих іноземних інвестицій з Китаю вони розраховані нами непрямим шляхом як вартість найбільших інвестиційних угод (більше 100 млн дол.). Дані щодо зовнішньої торгівлі Китаю взята трьома способами: лише для континентального Китаю; для континентального Китаю разом з Гонконгом і Макао; для континентального Китаю разом з Гонконгом, Макао і Тайванем. Нас цікавитиме той зі способів, який дає найбільшу кореляцію із залежною змінною.

За допомогою кореляційного аналізу нами виявлені такі ймовірні закономірності (в дужках коефіцієнти кореляції, рівень значущості < 0,1).

Імідж Китаю у певній країні позитивно корелює з: (більшим) урахуванням інтересів країни з боку Китаю (0,67); інвестиціями з Китаю (0,41); (кращим) ставленням до американського стилю бізнесу (0,40); ставленням до Росії (0,37); імпортом з Китаю, включаючи Гонконг і Макао (0,29); і негативно з впливовістю США у країні (-0,50) та членством у ЄС (-0,31).

На покращання ставлення до Китаю позитивно впливали: покращання ставлення до американського стилю бізнесу (0,41), краще ставлення до Китаю (0,35), покращання ставлення до США (0,34), покращання ставлення до Росії (0,33); і негативно: посилення бачення США економічним лідером світу (-0,46).

В результаті проведення регресійного аналізу побудована модель для розрахунку статичного показника ставлення до Китаю в певній країні (в дужках – рівень значущості для коефіцієнтів регресії, згідно t-критерію).

$$FavCh = 0,520 + 0,491IntCh - 0,469InflUS + 0,515FavRu, \quad (1)$$

(0,0006) (0,000032) (0,0052) (0,022)

де FavCh – ставлення до Китаю; IntCh – урахування з боку Китаю інтересів країни; InflUS – впливовість США у країні; FavRu – ставлення до Росії.

Інші фактори виключені внаслідок незначущості t-статистики. Жодний фактор не був виключений з міркувань уникнення мультиколінеарності. Коефіцієнт детермінації моделі 0,66 значущий (p=0,00000). Серійна кореляція становить 0,011. Статистика Дарбіна-Уотсона 1,819. Суттєвої нелінійності впливу факторів і гетероскедастичності не спостерігається. Розподіл залишків близький до нормального.

З моделі ми бачимо, що в певній країні збільшення частки людей, що вважають Китай країною, яка враховує інтереси їх країни, на 1 п.п. (процентний пункт) у довгостроковій перспективі супроводжується збільшенням частки людей, що позитивно ставляться до Китаю, на 0,5 п.п.; збільшення частки тих, хто добре ставиться до Росії на 1 п.п. – також на 0,5 п.п.; збільшення частки тих, хто вважає, що США впливові у їх країні, на 1 п.п. – навпаки зменшує на 0,47 п.п.

Альтернативна модель, яка включає інвестиційні зв'язки як фактор має вигляд:

$$FavCh = 0,462 + 3,58InvCh, \quad (2)$$

(0,000000) (0,019)

де InvCh – інвестиції з Китаю;

Коефіцієнт детермінації моделі 0,17 значущий (p=0,019). Серійна кореляція становить -0,29. Статистика Дарбіна-Уотсона 2,242. Розподіл залишків близький до нормального. Проте спостерігається нелінійності впливу і гетероскедастичність. Тому логарифмічна модель дає кращі результати:

$$FavCh = 0,899 + 0,743\ln(InvCh), \quad (3)$$

(0,000000) (0,00011)

Коефіцієнт детермінації моделі 0,40 значущий (p=0,0001). Серійна кореляція становить -0,10. Статистика Дарбіна-Уотсона 2,087. Суттєвої нелінійності впливу факторів і гетероскедастичності не спостерігається. Розподіл залишків близький до нормального.

Найкращі же результати з практичної точки зору дає модель:

$$FavCh = 0,923 + 0,363IntCh - 0,436InflUS + 0,0417\ln(InvCh), \quad (4)$$

(0,000012) (0,008) (0,021) (0,016)

Коефіцієнт детермінації моделі 0,67 значущий ($p=0,00001$). Серійна кореляція становить 0,013. Статистика Дарбіна-Уотсона 1,662. Суттєвої нелінійності впливу факторів і гетероскедастичності не спостерігається. Розподіл залишків близький до нормального.

З моделі ми бачимо, що в певній країні збільшення частки людей, що вважають Китай країною, яка враховує інтереси їх країни, на 1 п.п. (процентний пункт) у довгостроковій перспективі супроводжується збільшенням частки людей, що позитивно ставляться до Китаю, на 0,36 п.п.; збільшення частки тих, хто вважає, що

США впливові у їх країні, на 1 п.п. – навпаки зменшує на 0,44 п.п. З формули (2) ми бачимо, що збільшення відношення інвестицій з Китаю до ВВП приймаючої країни на 1 п.п. збільшує в середньому частку людей з позитивним ставленням до Китаю на 3,6 п.п. Але оскільки залежність нелінійна, то найбільший ефект досягається при збільшенні інвестицій у країнах, де їх мало. При досягненні певного рівня насиченості інвестиціями з Китаю подальше їх збільшення дає мінімальний позитивний ефект для іміджу Китаю. Логарифмічна залежність показана на рис 1.

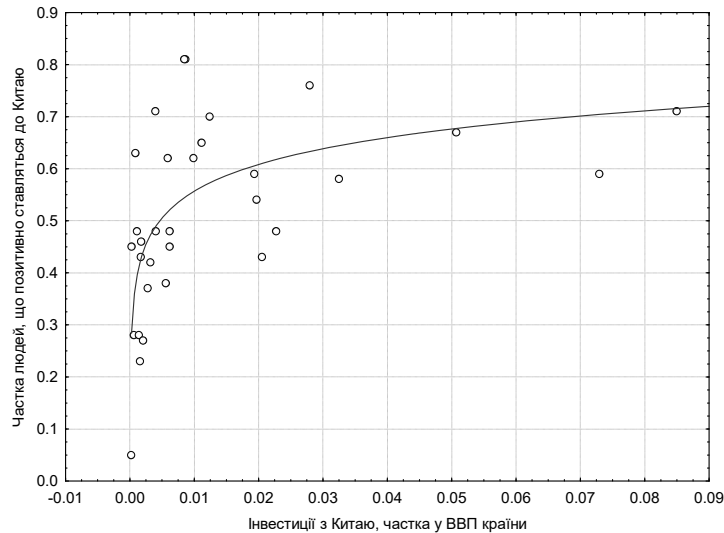


Рис. 1. Залежність ставлення до Китаю від частки інвестицій з Китаю у ВВП країни.

Динаміку зміни ставлення до Китаю можна розрахувати за такою моделлю:

$$FavChGr = -0,116 + 0,192FavCh - 0,480LeadUSGr \quad (5)$$

(0,027) (0,045) (0,052)

де FavChGr – покращання ставлення до Китаю; LeadUSGr – посилення бачення США економічним лідером світу.

Коефіцієнт детермінації моделі 0,35 значущий ($p=0,013$). Серійна кореляція становить -0,15. Статистика Дарбіна-Уотсона 2,269. Суттєвої нелінійності впливу факторів і гетероскедастичності не спостерігається (за винятком невеликої у випадку фактора ставлення до Китаю). Розподіл залишків близький до нормального.

З моделі ми бачимо, що в певній країні зменшення частки людей, що вважають США економічним лідером світу на 1 п.п. збільшує частку людей, що позитивно ставляться до Китаю, на майже 0,5 п.п. А кожний додатковий 1 п.п. стартової частки людей, що позитивно ставляться до Китаю, прискорює зростання цієї частки на 0,2 п.п. Тобто покращання ставлення до Китаю відбувається більшою мірою там, де воно вже було відносно кращим.

Висновки. Таким чином, економічні явища є важливою складовою іміджу країн. Дослідники вказують імідж Китаю покращують його міжнародна конкурентоспроможність, наука і технології, привабливість для туризму. Суперечливий вплив здійснює економічне зростання та якість товарів Китаю, діяльність його компаній та торговельні зв'язки, система освіти. Продукція масової культури здійснює відносно малий вклад у покращання іміджу Китаю.

За нашими розрахунками, і в довгостроковій і короткостроковій перспективі на імідж Китаю позитивно впливає краще ставлення в певній країні до американського стилю бізнесу. Покращання ставлення до Китаю також корелювало у досліджений період з покращанням ставлення до США та Росії. Також імідж Китаю покращувався швидше там, де він вже був кращим до цього. Приналежність країни до ЄС негативно корелює з іміджем Китаю, але в динаміці кореляція майже нульова. Ставлення до Китаю також краще там, де люди вважають, що Китай діє в інтересах їх країни.

Бачення впливовості США, в тому числі економічної, негативно корелює зі ставленням до Китаю. Тобто по мірі втрачання статусу США як економічного лідера імідж Китаю покращувався, що свідчить на користь того, що м'яка сила, це не тільки м'якість, але й все ж таки статус лідера. З іншого боку, вплив бачення економічним лідером самого Китаю суперечливий, якщо розглядати статичні і динамічні показники. Ймовірно діють два протилежні ефекти: м'яка сила альтернативного лідера компенсується побоюванням зростанням потужного конкурента, особливо в сфері торгівлі товарами.

Помітно сприяють кращому іміджу Китаю інвестиції з Китаю, при цьому їх гранична ефективність за цим критерієм спадаюча. З одного боку, судячи за статичними показниками, імпорт з Китаю також покращує імідж Китаю, але кореляція за динамічними показниками статично незначуща і має негативний знак. Експорт до Китаю ніяким чином не впливає на імідж Китаю. Гіпотетично це може бути пов'язано із структурою експорту: Китай зацікавлений в імпорті сировини та продукції харчування, що консервує існуючу виробничу структуру країн-експортерів. Торгівля та інвестиційні зв'язки країн

з іншими політичними та економічними центрами практично не впливали на імідж Китаю в цих країнах.

Подальші дослідження можуть враховувати вплив факторів на імідж інших країн та перевірити стійкість виявлених закономірностей у часі.

Список використаних джерел

1. Баранова Т.А., Никопелова С.А. Современное образование как инструмент "мягкой силы" / Т.А. Баранова, С.А. Никопелова // Образовательная доминанта в политических коммуникациях: сборник научных статей / Под общей редакцией академика РАН Колобова О.А. – Н.Н.: ФГБОУ ВПО "Нижегородский государственный университет им. Н.И. Лобачевского", 2012. – 145 с. – С.3-10.
2. Тищенко-Тишковиць О.М. Практичні й теоретичні передумови виникнення публічної дипломатії як форми "м'якої сили" у системі зовнішньої політики держави / О.М. Тищенко-Тишковиць // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць. – Вип. 94 (Ч.І). – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2010. – С.107–113.
3. Капітоненко М.Г. "М'яка сила" у сучасній світовій політиці: теоретичні аспекти / М.Г. Капітоненко // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць. – Вип. 94 (Ч.ІІ). – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2010. – С.20–29.
4. Whitney C. B., Shambaugh D. Soft Power in Asia: Results of a 2008 Multinational Survey of Public Opinion / Christopher B. Whitney, David Shambaugh. Chicago, IL: The Chicago Council on Global Affairs, 2009. – 42 p.

А. Чугаєв, канд. екон. наук, доц.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ИМИДЖА КИТАЯ В СТРАНАХ МИРА

Мягкая сила и имидж страны являются многокомпонентным явлением, которое может быть связано с характером ее внешнеэкономических связей. Целью статьи является определение роли экономических составляющих мягкой силы Китая и оценка влияния международных торговых, инвестиционных и имиджевых связей основных экономических и политических центров мира (США, ЕС, Китай, Россия) на имидж Китая в странах мира. Регрессионно-корреляционный анализ позволил установить характер и величину влияния соответствующих факторов. Построены статические и динамические регрессионные модели для определения факторов влияния на общий имидж Китая и его динамику.

Ключевые слова: экономическая сила, мягкая сила, международный имидж страны, Китай, международные экономические отношения.

O. Chugaiev, PhD, Associate Professor

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

INTERNATIONAL ECONOMIC FACTORS OF CHINA'S IMAGE IN COUNTRIES OF THE WORLD

Soft power and image of a country is a complex phenomenon, which can depend on the specifics of its foreign economic links. The article aims to determine the role of economic components of the China's soft power and to evaluate the effect of international trade, investment, and image links of main economic and political centers of the world (the U.S., EU, China, and Russia) on the image of China in various countries. We used regression and correlation analysis to determine the effect of the factors. Several static and dynamic regressions were made to estimate the influence of factors on the general image of China and its components.

Key words: economic power, soft power, image of a country, China, international economic relations.

УДК330.341.1: 399.9

Н. Рилач, канд. екон. наук, наук. співроб.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ІННОВАЦІЙНИЙ СОЮЗ В ГЛОБАЛЬНИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСАХ

В статті досліджено питання інтеграції країн в рамках інноваційного союзу на прикладі сучасного етапу політики ЄС у сфері інновацій. Проаналізовано механізм реалізації Європейського інноваційного союзу в умовах глобалізації інноваційної діяльності.

Ключові слова: Європейський інноваційний союз, інноваційна діяльність, глобальна інноваційна система.

Глобалізація світової економіки виводить інноваційні процеси на планетарний рівень. В останні роки чітко прослідковується, що глобальною стає не тільки комерціалізація, а й усі попередні стадії інноваційного процесу. Наразі мова йде про глобальну парадигму інноваційного розвитку, яка описує характер процесів розробки, впровадження та комерціалізації інновацій на світовому рівні та з новими якісними характеристиками.

Відкриття новітніх технологій, осягнення законів природи, застосування нових засобів виробництва не мають, за своїм характером, національних меж. Пізнані та вивчені в певній країні, вони не залишаються належними цій державі, вченим, що їх відкрили, а поступово, різними шляхами розповсюджуються по всьому світу.

5. China Seen Overtaking U.S. as Global Superpower: 23-Nation Pew Global Attitudes Survey. – Washington, D.C.: Pew Research Center, July 13, 2011. – 158 p.

6. Федоров В.В., Поликанов Д.В. Общественное мнение о внешней политике современной России // Полития. – 2005. – № 1. – С.22-39

7. Дабагян Э. Китайский прорыв в Латинскую Америку / Э. Дабагян // Мировая экономика и международные отношения. – 2012. – №10. – С.84-91.

8. Лю Цзайци. "Мягкая сила" в стратегии развития Китая / Лю Цзайци // Полис. – 2009. – №4. – С. 149-155.

9. The Pew Research Center's Global Attitudes Project [Electronic Resource]. – Mode of Access: <http://www.pewglobal.org>

10. World Economic Outlook Databases [Electronic Resource]. – Mode of Access: <http://www.imf.org/external/ns/cs.aspx?id=28>

11. UNCTAD Statistics [Electronic Resource]. – Mode of Access: <http://unctad.org/en/Pages/Statistics.aspx>. – Title from the screen.

12. Coordinated Direct Investment Survey (CDIS) [Electronic Resource]. – Mode of Access: <http://cdis.imf.org/>

13. Eurostat [Electronic Resource]. – Mode of Access: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/search_database

14. The China Global Investment Tracker [Electronic Resource] – The American Enterprise Institute and the Heritage Foundation. – Mode of Access: http://thf_media.s3.amazonaws.com/2014/xls/China-Global-Investment-Tracker-2014.xls

Надійшла до редколегії 24.02.15

Це свідчить про те, що науково-технічні знання слугують основою глобалізації інноваційної сфери.

На сьогодні інноваційні аспекти розвитку Європейського Союзу є темою для досліджень багатьох вітчизняних вчених, серед яких Шнирков О.І., Сіденко В.Р., Геець В.М., Андрощук Г.О., Макогон Ю. та багато інших. Проте, питання сучасного етапу об'єднання країн-членів ЄС у інноваційний союз, що передбачається ініціативою "Європа- 2020", а також його місце в глобальних інноваційних процесах, не вивчені в достатній мірі. Об'єднання національних суб'єктів інноваційної діяльності до інноваційного союзу дозволяє реалізувати інтереси держави, підвищити конкурентоспроможність її національної інноваційної системи, забезпечує розви-