

етапів схеми робіт з формування бренду; визначення методик створення назв брендів; "ступінь просунутості" і "ступінь лояльності" бренду як поняття для вартісної оцінки бренду; вплив реклами на розвиток торгових марок та брендів у світі; визначення актуальності концепції брендінгу для України; використання досвіду створення брендів у США та Японії для країн з перехідною економікою; особливості створення бренду в Україні, виходячи з росту недовіри до якості закордонних продовольчих та інших товарів і, більшою мірою, порівняно з Заходом сприйняття бренду як символу "аутентичності товару"; необхідність враховувати національні традиції й особливості сприйняття рекламних звернень українськими споживачами; важливість "персоніфікації" бренду - використання відомих особливостей для його просування; упевненість у "щасливому завтрашньому дні" українського брендінгу.

АСИМЕТРИЧНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ ТА ЇЇ РОЛЬ У ФОРМУВАННІ ЕКОНОМІЧНИХ ЗВ'ЯЗКІВ

Петрова Т. О., учениця
Конотопська міська гімназія

Особливим фактором, який впливає на ефективність функціонування товарного ринку, є інформація – головний виробничий ресурс постіндустріального суспільства. Про актуальність винесеного на обговорення питання свідчить той факт, що Нобелівська премія в галузі економіки в 2001 р. присуджена саме за роботу з асиметрії інформації.

Як носій вартості, інформація є об'єктом приватної власності. У розвинених країнах існує жорстка конкурентна боротьба, відбувається процес монополізації, перетворення на об'єкт приватної власності, важіль економічної влади. Асиметричність інформації в українському науковому обігу тлумачиться як нерівномірний розподіл інформації про товар між сторонами угоди. Уперше ця якість була відмічена Кеннетом Ерроу в 1963 р. Майкл Спенс запропонував теорію сигналізування. Ринкова інформація для учасників ринку виконує функцію сигналу, що спонукає до певного діяння, яке обумовлене мотивами максимізації прибутку. Відсутність адекватної реакції частини учасників ринку на сигнал свідчить про нерівномірність

поширення інформації на ринку, тобто про асиметричність інформації.

Асиметричність інформації може спостерігатись як на мікро-, мезо- так і на макрорівнях. Проблема асиметричності інформації, а фактично – прозорості ринків, ускладнює відстежування тенденцій, прогнозування та/або попередження криз на ньому; перешкоджає прояву переваг ринкового механізму та спотворює конкурентне середовище. Як специфічну форму недостатності ринкової інформації слід розглядати також неадекватну (недобросовісну) інтерпретацію наявних ринкових даних, або й цілеспрямовану дезінформацію.

Зазначена проблема значною мірою розв'язується шляхом створення бірж, товарний ринок яких виконує роль прозорого й привабливого для контрагентів місця торгівлі, впорядкованого, знеособленого, а тому ефективного механізму узгодження різних інтересів та можливостей суб'єктів господарювання. Таким чином, стає набагато більше достовірної, своєчасної інформації; менше можливостей для її викривлення; утворюється механізм притягнення до відповідальності в разі порушення встановлених правил, що видно на прикладі Світової біржі.

Із метою усунення асиметричності інформації та формування економічних зв'язків створюються регіональні економічні спілки: Європейський Союз, Європейська асоціація вільної торгівлі, Північно-Атлантична зона вільної торгівлі, «Панамський договір», БЕНЛЮКС; загальносвітові об'єднання: Конференція ООН з торгівлі та розвитку, Економічні комісії ООН для різних регіонів світу, Міжнародна асоціація розвитку, ОПЕК, МАГАТЕ, Рада Європи, МВФ, МБРР, СБРР, Чорноморський економічний союз, Карпатський Єврорегіон тощо. Становлення інформаційних товариств, що сприяють усуненню асиметричності інформації та формуванню економічних зв'язків, зумовлене двома основними причинами: довгостроковими тенденціями економічного розвитку і технологічним поступом.

На сучасному етапі соціально-економічного розвитку Україна має тісні зовнішньоекономічні зв'язки з більш ніж 100 країнами світу. Для формування ефективних економічних зв'язків важливе значення має не лише геополітичне розташування держави, але й інформація як ресурс при налагодженні цих зв'язків. При цьому важливо враховувати асиметричність інформації, яка може знижувати й знижує ефективність економічних зв'язків у цілому. Володіння повноцінною правдивою інформацією позитивно впливає на формування

зовнішньоекономічних зв'язків з метою створення сприятливих умов для економічного розвитку країни й захисту її інтересів, збалансованого розвитку економіки, створення найсприятливіших умов для залучення власної економіки в систему світового поділу праці. У цілому, доступність, своєчасність інформації виступає позитивним чинником формування економічних зв'язків.

Першочергові цілі політики України щодо формування вигідних економічних зв'язків через усунення асиметричності інформації полягають у забезпеченні доступу вітчизняним підприємствам на світові ринки технологій та інформацій, капіталів та інших ресурсів; досягненні сприятливого торгово-політичного режиму у відносинах з пріоритетними зарубіжними країнами на основі широкого обміну інформацією; зменшенні наявних і потенційних обмежень у сфері доступу до якісної і актуальної інформації.

Керівник: Хричиков О. Ю., *учитель вищої категорії*

1. Про захист економічної конкуренції: Закон України від 11.01.2001 № 2210-III // Відомості Верховної Ради України. - 2001. - № 12. - ст. 64.
2. Головка Л. С., Дідківська Л. І. Антимонопольна діяльність: Опорний конспект лекцій. - К.: КНТЕУ, 2004. - 371 с.
3. Черненко С. О. Конкуренція та ефективність товарних ринків в Україні: Монографія. - К.: КНТЕУ, 2006. - 171 с.

МІЖНАРОДНІ ВІДНОСИНИ УКРАЇНИ З ІНШИМИ КРАЇНАМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВХОДЖЕННЯ В СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО

Коваль Ю., *студентка*

Міжнародні відносини слід розглядати як макросистему в якій функціонують у суперечливій єдності й взаємодії різні її елементи і ланки, що представляють різноманітні інтереси держав, ідеологічні настанови їх громадських рухів і організацій [6].

Послідовна зміна міжнародних відносин зумовлена особливостями світового політичного процесу, який є результатом взаємодії всіх політичних інститутів і сил, задіяних у міжнародному житті. У цій взаємодії стикаються різноманітні, інколи цілком протилежні, інтереси, ідеологічні позиції, цілі й наміри суб'єктів