

СИСТЕМАТИЗАЦИЯ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

© 2016 ШТАЛЬ Т. В., ЗМЕЕВА А. А.

УДК 339.92

Шталь Т. В., Змеева А. А. Систематизация методов оценки международной конкурентоспособности предприятия

Цель статьи заключается в исследовании методов оценки конкурентоспособности и выявления их практической значимости для отечественных предприятий на примере ОАО «Завод «Южкабель». Проанализирована система методов оценки международной конкурентоспособности предприятия, рассмотрены наиболее часто встречающиеся в экономической литературе методики оценивания. В результате были выявлены недостатки отдельных элементов системы. Раскрыта практическая значимость исследования и выявлены наиболее эффективные методы оценки международной конкурентоспособности предприятия. С помощью таких методов, как метод рейтинговой оценки, матрица «4Р», матрица «McKinsey», индекс Херфендаля – Хиршмана и модель многоугольника конкурентоспособности, была оценена международная конкурентоспособность ПАО «Завод «Южкабель». Сделан вывод о степени присутствия предприятия на международном рынке.

Ключевые слова: методы оценки, международная конкурентоспособность предприятия, аналитические и графические методы, рыночная доля, норма потребительской стоимости, конкурентоспособность.

Рис.: 3. **Табл.:** 4. **Формул.:** 1. **Библ.:** 10.

Шталь Татьяна Валерьевна – доктор экономических наук, профессор, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця (пр. Науки, 9а, Харьков, 61166, Украина)

E-mail: t.shtal@mail.ru

Змеева Анна Александровна – магистр, факультет международных экономических отношений, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця (пр. Науки, 9а, Харьков, 61166, Украина)

E-mail: zmeevaanya@mail.ru

УДК 339.92

UDC 339.92

Шталь Т. В., Змеева Г. О. Систематизація методів оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства

Мета статті полягає в дослідженні методів оцінки конкурентоспроможності та виявленні їх практичної значущості для вітчизняних підприємств на прикладі ВАТ «Завод «Південкабель». Проаналізовано систему методів оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства, розглянуто найбільш розповсюджені в економічній літературі методики оцінювання. У результаті огляду було виявлено недоліки окремих елементів системи. Розкрито практичну значущість дослідження та виявлено найбільш ефективні методи оцінки міжнародної конкурентоспроможності підприємства. За допомогою таких методів, як метод рейтингової оцінки, матриця «4Р», матриця «McKinsey», індекс Херфендаля – Хіршмана і модель багатокутника конкурентоспроможності, була оцінена міжнародна конкурентоспроможність ПАТ «Завод «Південкабель». Зроблено висновок про ступінь присутності підприємства на міжнародному ринку.

Ключові слова: методи оцінки, міжнародна конкурентоспроможність, аналітичні та графічні методи, ринкова частка, норма споживчої вартості, конкурентоспроможність.

Рис.: 3. **Табл.:** 4. **Формул.:** 1. **Библ.:** 10.

Шталь Тетяна Валеріївна – доктор економічних наук, професор, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (пр. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна)

E-mail: t.shtal@mail.ru

Змеева Ганна Олександрівна – магистр, факультет міжнародних економічних відносин, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (пр. Науки, 9а, Харків, 61166, Україна)

E-mail: zmeevaanya@mail.ru

Shtal T. V., Zmieieva G. O. Systematization of the Methods for Evaluating the International Competitiveness of Enterprise

The article is aimed at studying methods for evaluating competitiveness, identifying their practical relevance to domestic enterprises on example of the OAO «Zavod «Yuzhkabel». A system of methods for evaluating international competitiveness of enterprises has been analyzed, the most frequently encountered in the economic literature methodologies for estimation have been considered. As a result, weaknesses of the individual elements of the system have been identified. Practical significance of the study has been disclosed, the most effective methods for evaluating the international competitiveness of enterprises have been identified. Using methods such as the method of rating estimation, the «4P» matrix, the «McKinsey» matrix, the Hirfindahl-Hirschman index and the polygon of competitiveness model, international competitiveness of the OAO «Zavod «Yuzhkabel» has been evaluated. Conclusion about the extent of enterprise's presence at the international market has been made.

Keywords: methods for evaluation, international competitiveness of enterprise, analytical and graphical methods, market share, use value rate, competitiveness.

Fig.: 3. **Tabl.:** 4. **Formulae:** 1. **Bibl.:** 10.

Shtal Tetyana V. – D. Sc. (Economics), Professor, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economic (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: t.shtal@mail.ru

Zmieieva Ganna O. – Master, Faculty of International Economic Relations, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economic (9a Nauky Ave., Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: zmeevaanya@mail.ru

В условиях современного рынка конкурентоспособность является важнейшим фактором развития и критерием выхода предприятия на международный рынок. В процессе глобализации и развития научно-технического прогресса предприятия стремятся идти в ногу со временем и совершенствовать продукт, который они производят. Постоянное совершенствова-

ние средств и методов производства ведет к усилению конкуренции на рынке. В этих условиях обеспечение успешного существования и функционирования предприятия на международном рынке напрямую связано с необходимостью повышения уровня его конкурентоспособности. Для эффективной разработки путей повышения конкурентоспособности необходимо объек-

тивно оценивать существующее положение предприятия на рынке. Поэтому актуальными являются вопросы, связанные с оценкой международной конкурентоспособности предприятия (МКП).

Вопросу международной конкурентоспособности посвящено немало научных трудов в мировой и украинской экономической науке. Среди отечественных и зарубежных ученых, которые внесли весомый вклад в развитие оценки международной конкурентоспособности предприятия, можно выделить следующих: Ф. Котлер, М. Портер, Й. Шумпетер, Дж. К. Грейсон, Г. Шульц, Т. Булсук, Фатхутдинов Р. А., Кантарович А. А., Черныш В. В., Иванова Е. А., Кузьмин А. Е., Горбаль Н. И., Поддубная Л. И., Фатхутдинов Р. А.

Целью статьи является характеристика методов оценки конкурентоспособности и выявление их практической значимости для отечественных предприятий на примере ОАО «Завод «Южкабель».

Для эффективного функционирования на международном рынке предприятию необходимо объективно и четко оценить свои потенциал и возможности выхода на рынок, свои сильные и слабые стороны, определить свои конкурентные преимущества. В теории конкурентоспособности существуют аналитические и графические методы оценки международной конкурентоспособности предприятия. Основные методы представлены на рис. 1.

Рассмотрим подробнее некоторые аналитические методы оценки МКП. Рейтинговые системы основываются на определении системы показателей оценки результатов экономической деятельности предприятия, их приведении к сравнительной шкалы, расчету единого интегрального показателя, ранжированию предприятия по величине рейтинга и определению его места на определенном рынке [7]. Отбор показателей результатов деятельности предприятия и определение доли того или иного показателя в общей рейтинговой оценке является важнейшим моментом рейтинговых систем оценки.

Оценивание МКП по показателю рыночной доли предусматривает формирование определенных стан-

дартов и отнесение согласно им предприятия к классу аутсайдеров, середняков, лидеров, или так называемых «виолетов», «пациентов», «эксплерентов» и «комутантов». На основе такой классификации строится конкурентная карта рынка и определяется конкурентная позиция предприятия [1, 3].

Модель оценки конкурентоспособности на основе нормы потребительной стоимости основывается на определении объема потребностей потенциальных потребителей и их сопоставлении с реальными свойствами данного товара [4]. Однако недостатком является то, что метод оценки МКП на основе нормы потребительной стоимости, как и метод рейтинговых оценок, базируется только на экспертном подходе, что существенно уменьшает объективность конечного вывода [5].

Матрица Бостонской Консалтинговой Группы является одним из графических методов оценки МКП, который при наличии достаточно достоверной информации точно определяет положение предприятия на отраслевом рынке. Недостаток этой модели заключается в ее обосновании только на двух показателях, таких как темп роста и потребность в финансах, что не всегда обеспечивает достоверный результат [2]. Поэтому существует более полный и подробный вариант матрицы БК – матрица «привлекательность – конкурентоспособность», или матрица «McKinsey» [10].

Метод многоугольника конкурентоспособности достаточно легок в использовании для оперативного анализа ситуации, определения текущего положения относительно конкурентов [8, 9]. Многоугольник представляет собой графическое отображение факторной модели конкурентоспособности в виде векторов-осей. Сопоставление этих векторов позволяет выявить слабые и сильные стороны МКП по сравнению с конкурентом. Для измерения факторов конкурентоспособности и их отображения на векторах-осях используется экспертный подход и метод шкалирования [6].

В Украине активно используются методы оценки международной конкурентоспособности предприятия, представленные различными иностранными экономическими трудами, но, к сожалению, у нас не существует государственной методики оценки МКП. Это суще-

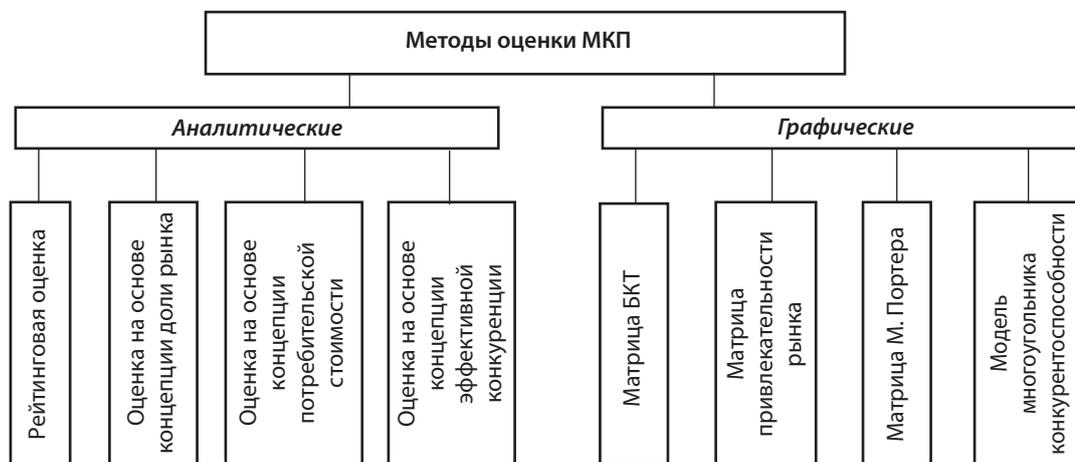


Рис. 1. Методы оценки МКП

ственно влияет на уровень экономического развития и усложняет управление международной конкурентоспособностью отечественных предприятий.

По нашему мнению, наиболее эффективными методами оценки международной конкурентоспособности предприятия являются методы рейтинговой оценки предприятия, матрица «4P», матрица «McKinsey», индекс Херфендаля – Хиршмана и модель многоугольника конкурентоспособности.

Рассмотрим использование этих методов оценки на примере украинского лидера в области кабельно-проводниковой промышленности ОАО «Завод «Южкбель». Исходя из того, что предприятие стремится к освоению новых и больших рынков сбыта, проанализируем конкурентоспособность ОАО «Завод «Южкбель» по сравнению с мировыми лидерами в этой области – компаниями Prysmian, Nexans и General Cable.

Оценка конкурентоспособности на национальном рынке ОАО «Завод «Южкбель» с помощью метода рейтинговой оценки предприятия представлена в табл. 1.

Таблица 1

Метод рейтинговой оценки предприятия

Компоненты блоков	Уровень состояния компонентов
1	2
Функциональный блок	
НИОКР	4
Производство: основное и вспомогательное	2
Маркетинг и сбыт продаж	3
Сервисные работы для потребителей	3
<i>Итоговая оценка</i>	3
Ресурсный блок	
Материально-технические ресурсы	3
Сырье, материалы, топливо и энергия, комплектующие	2
Площади и рабочие места, связь и транспорт	1
Оборудование и инструменты	3
<i>Итоговая оценка</i>	2
Трудовые ресурсы	
Состав и комплектность руководителей	2
Состав и квалификация специалистов	2
Состав и квалификация работников	3
<i>Итоговая оценка</i>	2
Технология процессов по всем функциям и проектам	
Прогрессивность использования технологий и методов	4
Уровень автоматизации	2
<i>Итоговая оценка</i>	3
Организационная культура	
Коммуникационная система и язык общения	3

Окончание табл. 1

1	2
Традиции, опыт и вера в возможности организации	3
Трудовая этика и мотивирование	3
<i>Итоговая оценка</i>	3

На основе данных анализа хозяйственно-финансовой деятельности предприятия была проведена оценка МКП ОАО «Завод «Южкбель» по функциональному, ресурсному, технологическому и организационному блокам. Метод рейтинговой показал, что общий рейтинг предприятия по блокам составляет 3. Это свидетельствует о том, что предприятие находится на среднем уровне и соответствует отраслевым стандартам, занимает устойчивые позиции на рынке. Но на предприятии не наблюдается тенденций развития в области инноваций по тем или иным причинам, что может повлечь за собой неблагоприятные последствия для международной конкурентоспособности предприятия.

Оценка МКП ОАО «Завод «Южкбель» с помощью матрицы «4P» изображена в табл. 2.

Таблица 2

Матрица «4P»

Факторы конкурентоспособности	ОАО «Завод «Южкбель»	Конкуренты		
		Prysmian	Nexans	General Cable
Продукт (Product)				
Надежность	3	1	2	2
Срок службы	4	1	2	3
Ремонтопригодность	4	2	1	2
Технический уровень	4	1	2	2
Престиж торговой марки	5	1	1	1
Уровень ремонтного обслуживания	4	1	2	3
Уникальность дополнительных услуг	5	2	2	2
Широта ассортимента	3	2	2	1
Цена (Price)				
Отпускная	2	2	2	2
Розничная	2	4	4	3
Оптовая	1	3	3	3
Регион и каналы сбыта (Place)				
Стратегия сбыта	4	2	2	2
Число диллеров	3	1	1	2
Число дистрибьюторов	3	1	1	2
Степень охвата рынка	5	1	2	2
Продвижение на рынке (Promotion)				
Формы рекламы	4	1	1	1
Бюджет рекламы	4	1	2	2
Частота рекламы	5	2	3	3
Участие в выставках	3	2	2	2
Упоминание в СМИ	3	2	2	2

Проанализировав табл. 2, мы четко понимаем, что позиции на международном рынке ОАО «Завод «Юж-кабель» несущественны, к сожалению, предприятие пока не в состоянии конкурировать с лидерами рынка кабельно-проводниковой промышленности. Однако следует отметить, что при верной маркетинговой стратегии продукция предприятия может быть привлекательной, поскольку имеет выигрешную ценовую политику.

Исходя из концепции потребительской стоимости ОАО «Завод «Южкабель» обладает средней потребительской стоимостью, поскольку цена на кабельно-проводниковую продукцию низкая и привлекательна для покупателей, а гарантийные условия, послепродажное обслуживание, узнаваемость бренда и качество значительно ниже, чем у конкурентов. Компании необходимо работать над увеличением потребительской ценности своих продуктов с точки зрения покупателя и снижением расходов на потребление, пока не достигнет того, что ее товар по сравнению с товаром конкурентов будет обладать наибольшей ценностью.

Осуществив анализ табл. 1 и табл. 2, можно сделать вывод, что ОАО «Завод «Южкабель» относится к категории «Трудные дети» на матрице БКГ, что свидетельствует о том, что предприятие показывает высокие темпы роста и занимает малую долю рынка. Недостаточность финансовых средств заставляет предприятие интенсифицировать усилия на увеличение своей доли на рынке, или оно рискует быть выброшенным из него вовсе. В перспективе они могут стать как «Звездами», так и «Собаками».

Матрица «McKinsey» – «привлекательность – конкурентоспособность» представлена на рис. 2.

Предприятие можно отнести к квадранту А – Селективный рост – так как оно находится на привлекательном рынке, но с низкой конкурентоспособностью. По своим признакам соответствует «Тяжелым детям» на матрице БКГ. ОАО «Завод «Южкабель» необходимо привлечь инвестиции или выходить из международного рынка.

Для определения степени концентрации рынка используется индекс Херфендаля – Хиршмана (табл. 3).

Таблица 3

Определение индекса Херфендаля – Хиршмана

Предприятия	Рыночная доля предприятия	Доля в %
Prysnian	0,8	80
Nexans	0,7	70
General Cable	0,5	50
ОАО «Завод «Южкабель»	0,01	1

$$\text{Индекс} = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + \dots + S_n^2. \quad (1)$$

$$\text{Индекс} = 80^2 + 70^2 + 50^2 + 1^2 = 6400 + 4900 + 2500 + 1 = 13801.$$

Индекс Херфендаля – Хиршмана равен 13801 и входит в диапазон высококонцентрированного рынка. Доля Prysnian, Nexans, General Cable очень большая на рынке кабельно-проводниковой промышленности. Компании имеют значительное влияние на тенденции развития рынка. Существует угроза слияний и поглощений, что может привести к монополизации рынка.

Для построения многоугольника конкурентоспособности необходимо оценить по балльной шкале производство, организационную структуру, маркетинговую и финансовую деятельность предприятий. Отметим, что нами была проведена балльная оценка конкурентоспособности ОАО «Завод «Южкабель» с учетом того, что максимальный показатель равен 5, а минимальный – 1. Вторым этапом в построении модели многоугольника конкурентоспособности является расчет конкурентоспособности с учетом коэффициента значимости предприятий на международном рынке. Результаты расчетов представлены в табл. 4.

Данные табл. 4 наносим на систему координат, которая представлена на рис. 3.

Третий этап заключается в расчете площади каждого четырехугольника. Площадь четырехугольника компании Prysnian равен 7305,63; Nexans – 2454,90; General Cable – 580,94; ОАО «Завод «Южкабель» – 0,00000072. Метод многоугольника наглядно показал, что предприятие не

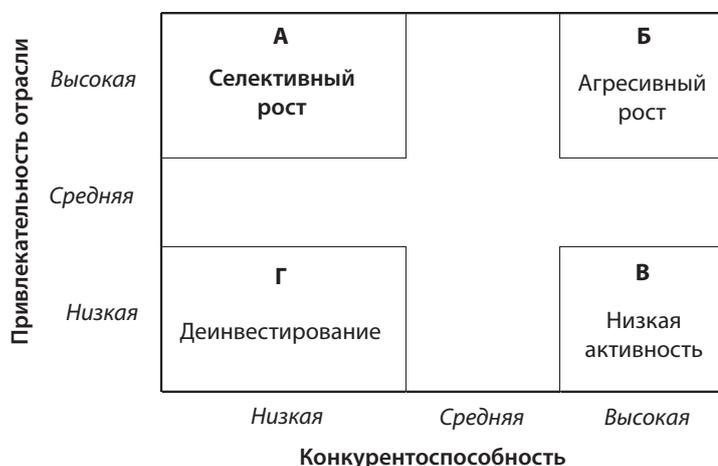


Рис. 2. Матрица «McKinsey»

Расчет конкурентоспособности предприятий на международном рынке с учетом коэффициента весомости

Показатель	Prysnian	Nexans	General Cable	ОАО «Завод «Южкабель»
Производство	$5 \cdot 0,8 + 5 \cdot 0,8 + 4 \cdot 0,8 = 11,2$	$4 \cdot 0,7 + 4 \cdot 0,7 + 3 \cdot 0,7 = 7,7$	$3 \cdot 0,5 + 4 \cdot 0,5 + 4 \cdot 0,5 = 5,5$	$1 \cdot 0,01 + 1 \cdot 0,01 + 1 \cdot 0,01 = 0,03$
Организационная структура	$5 \cdot 0,8 + 5 \cdot 0,8 + 4 \cdot 0,8 = 11,2$	$4 \cdot 0,7 + 5 \cdot 0,7 + 4 \cdot 0,7 = 9,1$	$5 \cdot 0,5 + 4 \cdot 0,5 + 4 \cdot 0,5 = 6,5$	$2 \cdot 0,01 + 1 \cdot 0,01 + 1 \cdot 0,01 = 0,04$
Маркетинг	$5 \cdot 0,8 + 4 \cdot 0,8 + 4 \cdot 0,8 = 10,4$	$5 \cdot 0,7 + 3 \cdot 0,7 + 3 \cdot 0,7 = 7,7$	$4 \cdot 0,5 + 3 \cdot 0,5 + 3 \cdot 0,5 = 5$	$1 \cdot 0,01 + 1 \cdot 0,01 + 2 \cdot 0,01 = 0,04$
Финансовая деятельность	$4 \cdot 0,8 + 5 \cdot 0,8 + 5 \cdot 0,8 = 11,2$	$4 \cdot 0,7 + 5 \cdot 0,7 + 4 \cdot 0,7 = 9,1$	$4 \cdot 0,5 + 5 \cdot 0,5 + 4 \cdot 0,5 = 6,5$	$1 \cdot 0,01 + 1 \cdot 0,01 + 1 \cdot 0,01 = 0,03$

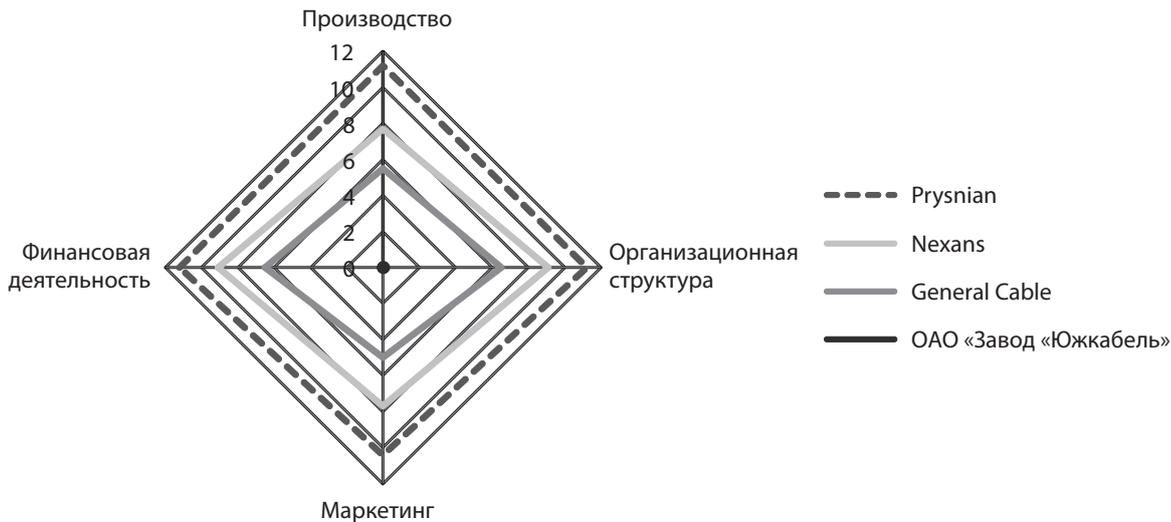


Рис. 3. Конкурентоспособность предприятий на международном рынке

имеет влияния на развитие кабельно-проводниковой промышленности в мире и занимает незначительную нишу на рынке.

В заключение статьи можно отметить, что в Украине, к сожалению, отсутствует государственная методика оценки конкурентоспособности предприятия, но активно заимствуется зарубежная практика оценивания. Так, наиболее распространенными методами являются метод рейтинговой оценки, оценка на основе концепции доли рынка, матрица Бостонской Консалтинговой Группы, метод многоугольника конкурентоспособности и другие. Используя аналитические и графические методы оценки конкурентоспособности, мы пришли к выводу, что на международном рынке присутствие ОАО «Завод «Южкабель» практически не прослеживается. Осуществление внешнеэкономической деятельности предприятием, к сожалению, пока не позволяет ему конкурировать с мировыми лидерами в своей области. ■

ЛИТЕРАТУРА

1. **Гарачук Ю. О.** Підвищення ефективності діяльності підприємства за рахунок управління конкурентоспроможністю / Ю. О. Гарачук // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – № 2. – С. 60–66.

2. **Клименко С. М.** Управління конкурентоспроможністю підприємства / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась. – К.: КНЕУ, 2013. – 547 с.

3. **Кревенс Д. В.** Стратегический маркетинг / Дэвид В. Кревенс / Пер. с англ. – М.: Изд. дом «Вильямс», 2014. – 512 с.

4. **Кротков А. М.** Конкурентоспособность предприятия: подходы к обеспечению, критерии, методы оценки / А. М. Кротков, Ю. Я. Еленева // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 6 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cfn.ru/press/marketing/2001-6/06.shtml>

5. **Лучко О. Д.** Аналіз показників конкурентоспроможності підприємств / О. Д. Лучко // Інвестиції: практика та досвід. – 2007. – № 23. – С. 33–37.

6. **Піддубна Л. І.** Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства / Л. І. Піддубна, В. С. Пономаренко. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2008. – 328 с.

7. **Портер М. Е.** Стратегія конкуренції / Майкл Е. Портер / Пер. з англ. – К.: Основи, 1998. – 345 с.

8. **Фасхiev X.** Модель управління конкурентоспроможністю підприємства / X. Фасхiev // Проблеми теорії і практики управління. – 2008. – № 2. – С. 69–81.

9. **Фатхутдинов Р. А.** Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление: учебное пособие / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА-М, 2000. – 312 с.

10. **Чаплина А.** Конкурентоспособность как интегральный показатель эффективности предприятия / А. Чаплина, И. Войцеховская // Проблеми теорії і практики управління. – 2006. – № 3. – С. 108–114.

REFERENCES

- Chaplina, A., and Voytsekhovskaya, I. "Konkurentosposobnost kak integralnyy pokazatel effektivnosti predpriyatiya" [Competitiveness as an integral indicator of the efficiency of the enterprise]. *Problemy teorii i praktiki upravleniya*, no. 3 (2006): 108-114.
- Faskhiev, Kh. "Model upravleniya konkurentosposobnostyu predpriyatiya" [Model enterprise competitiveness management]. *Problemy teorii i praktiki upravleniya*, no. 2 (2008): 69-81.
- Fatkhutdinov, R. A. *Konkurentosposobnost: ekonomika, strategiya, upravleniye* [Competitiveness: economics, strategy, management]. Moscow: INFRA-M, 2000.
- Harachuk, Yu. O. "Pidvyshchennia efektyvnosti dialnosti pidpriyemstva za rakhunok upravlinnia konkurentospromozhnistiu" [Improving the efficiency of the enterprise by managing competitiveness]. *Aktualni problemy ekonomiky*, no. 2 (2008): 60-66.
- Klymenko, S. M., Omelianenko, T. V., and Barabas, D. O. *Upravlinnia konkurentospromozhnistiu pidpriyemstva* [Management of competitiveness of the company]. Kyiv: KNEU, 2013.
- Krevens, V. D. *Strategicheskii marketing* [Strategic marketing]. Moscow: Vilyams, 2014.
- Krotkov, A. M., and Eleneva, Yu. Ya. "Konkurentosposobnost predpriyatiya: podkhody k obespecheniyu, kriterii, metody otsenki" [The competitiveness of businesses: approaches to the criteria, evaluation methods]. *Marketing v Rossii i za rubezhom*, no. 6 (2001): 59-69.
- Luchko, O. D. "Analiz pokaznykiv konkurentospromozhnosti pidpriyemstv" [The analysis of the competitiveness of enterprises]. *Fondovi rynok*, no. 4 (2008): 30-.
- Piddubna, L. I., and Ponomarenko, V. S. *Upravlinnia mizhnarodnoiu konkurentospromozhnistiu pidpriyemstva* [Management of the international competitiveness of enterprises]. Kharkiv: INZhEK, 2008.
- Porter, M. E. *Stratehiia konkurentsii* [The strategy competition]. Kyiv: Osnovy, 1998.

УДК 339.52

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ФУНКЦІОНАЛЬНА СТРУКТУРА ГАТТ/СОТ ТА ЇЇ СПРЯЖЕННЯ ІЗ СИСТЕМОЮ МІЖНАРОДНИХ ІНСТИТУЦІЙ

© 2016 ШОЛОМ А. С.

УДК 339.52

Шолом А. С. Організаційно-функціональна структура ГАТТ/СОТ та її спряження із системою міжнародних інституцій

Метою статті є з'ясування особливостей організаційно-функціональної структури ГАТТ/СОТ та характеру її спряження з системою міжнародних інституцій. Світова організація торгівлі є сучасною інституційною формою торговельно-економічної глобалізації. Встановлені нею «правила гри» регулюють 97% торговельно-економічних відносин. Однак не тільки ГАТТ/СОТ зумовлює інституційне середовище системи багатосторонньої торгівлі. Важливі всі особливості спряження міжнародних інституцій. «Правила гри» тільки тоді перетворюються на «образи поведінки», коли є в наявності ефективні важелі примусу, тобто організаційна складова всіх цих інституцій. Організаційно-інституційна природа СОТ обумовлює двоїсту сутність системи багатосторонньої торгівлі. А перший крок для реформування будь-якої сфери завжди починається з усвідомлення усіх особливостей її поточного стану. У статті розглядається двоїста структура СОТ як організації-інституції, яка виступає основним провайдером правил гри у сфері міжнародної торгівлі, а також система міжнародних інституцій та спряження всередині неї.

Ключові слова: інституція, організація, спряження, ГАТТ/СОТ.

Рис.: 3. **Табл.:** 4. **Бібл.:** 9.

Шолом Аліна Сергіївна – здобувач, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)
E-mail: alina.scholom@yandex.ua

УДК 339.52

Шолом А. С. Организационно-функциональная структура ГАТТ/ВТО и ее сопряжение с системой международных институций

Целью статьи является выяснение особенностей организационно-функциональной структуры ГАТТ/ВТО и характера ее сопряжения с системой международных институций. Всемирная торговая организация является современной институциональной формой торговельно-экономической глобализации. Установленные ней «правила игры» регулируют 97% торговых-экономических отношений. Однако не только ГАТТ/ВТО обуславливает институциональную среду системы многосторонней торговли. Важны все особенности сопряжения международных институций. «Правила игры» только тогда превращаются в «образы поведения», когда в наличии имеются эффективные рычаги принуждения, то есть организационная составляющая всех этих институций. Организационно-институциональная природа ВТО обуславливает двойственную сущность систему многосторонней торговли. А первый шаг к реформированию любой сферы всегда начинается с осознания всех особенностей ее текущего состояния. В статье рассматривается двойственная структура ВТО как организационно-институции, которая выступает основным провайдером правил игры в сфере международной торговли, а также система международных институций и сопряжение внутри нее.

Ключевые слова: институция, организация, сопряжение, ГАТТ/ВТО.

Рис.: 3. **Табл.:** 4. **Библ.:** 9.

Шолом Алина Сергеевна – соискатель, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)
E-mail: alina.scholom@yandex.ua

UDC 339.52

Sholom A. S. Organizational-Functional Structure of the GATT/WTO and its Conjugation with the System of International Institutions

The article is concerned with determining the peculiarities of the organizational-functional structure of the GATT/WTO and its conjugation with the system of international institutions. The World Trade Organization is a contemporary institutional form of trade-economic globalization. It has established the «rules of the game», which regulate 97% of trade-economic relations. However, the GATT/WTO does not exclusively determinate the institutional environment of the multilateral trading system. All the features in terms of conjugation of international institutions are of importance. «Rules of the game» are transformed into «behavior patterns» only when there are effective levers of coercion, i.e. organizational component of all these institutions. The organizational-institutional nature of the WTO provides the dual essence of the multilateral trading system. And the first step to reforming any sphere always begins with an awareness of all the features of its current status. The article considers the dual structure of the WTO as an organization-institution, which is the main provider of the rules of the game in terms of international trade, as well as the system of international institutions and conjugation within it.

Keywords: institution, organization, conjugation, GATT/WTO.

Fig.: 3. **Tabl.:** 4. **Bibl.:** 9.

Sholom Alina S. – Applicant, Kharkiv National University named after V. N. Karazin (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)
E-mail: alina.scholom@yandex.ua