ISSN 2412-8368

RS Global

INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN ECONOMY

Scientific Edition

ISSN 2412-8368

International Journal of Innovative Technologies in Economy

1(13) February 2018

Chief editor

Nobanee Haitham.
Associate Professor of Finance,
Abu Dhabi University,
United Arab Emirates

Editorial board:

Sotnikova Liudmila.
Professor, Doctor of Economic Sciences,
Financial University, Russia,
Kusainov Khalel.
Professor, Doctor of Economic Sciences,
State University named after
K. Zhubanov, Kazakhstan,
Umirzakov Samazhan.
Professor, Doctor of Economic Sciences,
New Economic University after T. Ryskulov,
Kazakhstan
Matviyenko Roman.
PhD in Economics, Associate Professor,
National Pedagogical Dragomanov University,
Ukraine
Lytneva Natalia.
Professor, Doctor of Economics,
Orel State Institute of Economy and Trade,
Russia
Rogova Elena.
Professor, Doctor of Economics,
National Research University Higher
School of Economics, Russia,
Arupov Akimzhan.
Professor, Doctor of Economics,
World Economy and International Relations
University, Kazakhstan
Almazari Ahmad.
Professor in Financial Management,
King Saud University-Kingdom of
Saudi Arabia, Saudi Arabia,
Panasenko Svetlana.
Professor in Management and Marketing,
Russian Economic University named after
Plekhanov, Russia
Zaloznaya Galina.
Professor in Economy,
Orenburg State Agricultural University,
Russia
Lina Anastassova.
Full Professor in Marketing,
Burgas Free University,
Bulgaria
Latkov Andrey.
Professor in Economy, RANEPA,
Russia
Mikiashvili Nino.
Professor in Econometrics and Macroeconomics,
Ivane Javakhishvili Tbilisi State University,
Georgia
Stroeva Olesya.
Professor in Economy,
Russian Presidential Academy of
National Economy and Public Administration,
Russia
Amosova Natalia.
Professor of Finance, Finance University,
Russia
Burtseva Tatiana.
Professor in Econometrics and Statistics,
Kaluga State University after K. E. Tsiolkovsky,
Russia
Ramachandran Nithya.
Professor in Finance and Marketing,
IBRA College of Technology,
Oman
Ptashchenko Liana.
Professor in Economics and Management,
Poltava National Technical
Yuri Kondratyuk University,
Ukraine
Alkhawaldeh Abdullah.
Professor in Financial Philosophy,
Hashemite University,
Jordan
Varma Ashish.
Ph.D in Accounting and Control,
IMT Ghaziabad,
India

Publisher –
RS Global Sp. z O.O.,

Warsaw, Poland

Numer KRS: 0000672864
REGON: 367026200
NIP: 5213776394

Publisher Office's address:
Dolna 17,
Warsaw, Poland,
00-773

Website: https://rsglobal.pl/
E-mail: editorial_office@rsglobal.pl
Tel: +4(822) 602 27 03

DOI: 10.31435/rsglobal_ijite
OCLC Number: 1051267688
Publisher - RS Global Sp. z O.O.
Country - Poland
Format: Print and Electronic version
Frequency: monthly
Content type: Academic/Scholarly

CONTENTS

Manucharyan M. G.
THE INSURANCE IN THE FORMATION OF AN INVESTMENT ENVIRONMENT……. 4

Рубан Т. С.
ДИВЕРСИФІКАЦІЯ МОДЕЛЕЙ ПОСЕРЕДНИЦТВА
НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ ПРОДОВОЛЬСТВА…….. 9

Петренко В. С.
КОНКУРЕНТНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ СПІЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА…….. 17

Oliynyk Volodymyr Viktorovych
STATE MANAGEMENT OF THE SYSTEM OF POSTAL EDUCATION
IN THE CONTEXT OF ECONOMICS KNOWLEDGE…… 23

Платонов А. Ю.
ДЕТАЛИЗАЦИЯ КРИТЕРИЕВ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ
ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГРУЗОВЫХ
ПЕРЕВОЗОК НА БАЗЕ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ…… 30

Рябцев Г. Л.
ВЛИЯНИЕ АСИММЕТРИЧНОСТИ ИНФОРМАЦИИ
НА РАЗВИТИЕ РЫНКА НЕФТЕПРОДУКТОВ В УКРАИНЕ……. 34

Nugzar Todua
IMPACT OF FOOD LABELING ON CONSUMERS
BUYING DECISION (GEORGIAN CASE)…….. 38

Burtseva T. A.
INDUSTRIAL PARKS AS A MECHANISM OF ATTRACTING
INVESTMENTS IN THE REGIONS OF RUSSIA…… 44

Anatoliy Chupis, Yuriy Kucherenko
INVESTMENT FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE AGRARIAN SECTOR….. 49

Polchanov A. Yu.
COLLABORATION OF INTERNATIONAL FINANCIAL
INSTITUTIONS WITH POST-CONFLICT COUNTRIES…… 54

Aktymbayeva A. S., Koshkimbayeva U. T., Zhakupova A. A., Alimgaziyeva N. K., Amir B. M.
E-COMMERCE EVALUATION AND E BUSINESS TRENDS…….. 59

Alexandra Baburina, Tatyana Burtseva
ECONOMETRIC MODEL OF CORPORATION INCOME……. 64

Bosak A. O.
PROBLEMS OF INTELLECTUAL CAPITAL MANAGEMENT OF ENTERPRISES…….. 67

Malikakhon Khasanboeva
ALLOCATION OF FINANCIAL RESOURCES TO BUSINESS SECTOR IN UZBEKISTAN…. 72

Аскаров Д. Т., Сиротин Эрнест
ЭЛЕКТРОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН:
ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ…… 76

Бакунова О. М., Калитеня И. Л., Бакунов А. М., Малиновская Т. И., Хмелевская А. Л.
ПОДГОТОВКА IT СПЕЦИАЛИСТОВ УО БГУИР В ОБЛАСТИ 1С…….. 80

Гафурова Д. Р., Джалалов Ж. М.
УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ В СФЕРЕ
ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ…….. 83

Григорук П. М., Григорук С. С.
АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО МОДЕЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ…… 88

Панасюк Р. В.
СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНА МОДЕЛЬ ОБ'ЄДНАНОЇ
ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ ЯК ПЕРВИННОГО ЕЛЕМЕНТА
СИСТЕМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ…… 96

Петренко В. П., Кісь С. Я., Гуменюк В. В.
ІНТЕЛЕКТОКОРИСТУВАННЯ ЯК ФУНКЦІЯ ЖИТТЄВОЇ АКТИВНОСТІ СОЦІУМУ… 104

Святаш С. В.
ПОДОЛАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АСИМЕТРІЇ, ПОВНОТА
ТА ОПЕРАТИВНІСТЬ ПОДАННЯ ПОДАТКОВОЇ ЗВІТНОСТІ
ЯК ПРЕВЕНТИВНІ ЗАХОДИ УХИЛЕННЯ ВІД ОПОДАТКУВАННЯ…….. 113

Skrypnyk Andrey, Namiasenko Yuriy, Sabishchenko Oleksandr
RENEWABLE ENERGY AS AN ALTERNATIVE
OF THE DECENTRALIZATION ENERGY SUPPLY IN UKRAINE…… 120

Лакіза В. В.
КРИТЕРІЙ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ
ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА…… 128

Мирсаидова Шахноза Ареслонбековна
УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УЗБЕКИСТАНА…… 135

Мрихіна О. Б.
СУЧАСНІ МОДЕЛІ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ
У СИСТЕМІ «УНІВЕРСИТЕТ – ВЛАДА – БІЗНЕС»…… 141

Кононова О. Є.
ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ АНТИКРИЗОВОГО
ТА ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ БУДІВЕЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ…….. 146

Островська Н. С.
ФОРМУВАННЯ СЛУЖБИ КОНТРОЛІНГУ РИЗИКІВ
В КОМЕРЦІЙНИХ БАНКАХ УКРАЇНИ…… 150

Anastassova L., Luizov A.
MARKETING INNOVATIONS IN THE SMES IN BULGARIA AND ICELAND:
EMPIRICAL STUDY ON CURRENT SITUATION…… 157

THE INSURANCE IN THE FORMATION OF AN INVESTMENT ENVIRONMENT

Ph.D in Economics ***Manucharyan M. G.***

Republic of Armenia, M. Kotanyan Institute of Economics National Academy of Science, Research Associate, Lecturer in Armenian National Agrarian University

ARTICLE INFO

Received 21 December 2017
Accepted 18 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

investment,
risks,
foreign investors,
insurance,
environment,
economic activity,
ownership,
political instability

© 2018 The Author.

ABSTRACT

The article discusses the role of insurance in the formation of an investment environment. It is known that no country in the world has been able to secure economic growth without developing investment activity, this is also the case in the Republic of Armenia. The share of foreign direct investment in GDP in different countries varies from 100 to 11-13 %. In Armenia the highest level was in 2011-66,3 %, in 2016 it complied 5,4 % (GDP-10572,3 million US dollars, foreign direct investments – 567,99 million US dollars). The aim of the study is to justify the importance of insurance of investment risks for attracting foreign investments in Armenia.

Investments play an important role in the development of the economy of any country, strengthening the country's defense, solving social problems. In essence, they determine the future of the whole country as well as individual economic entities. Implementation of investment programs allows to improve production, increase the quality of sales, increase the number of jobs, increase the employment level of the population, and, ultimately, contribute to raising the living standards of the population. That's why one of the most important issues in the current stage of Armenia's economic development is the activation of the investment process in the country, the solution of which is an important precondition for the stability of the economy and the subsequent economic growth.

No country in the world has been able to secure economic growth without developing investment activity. That is why a large-scale investment policy is being implemented in a variety of economic activities in modern conditions [5].

Foreign investment is realized through the organization of new production, acquisition of existing enterprises, creation of joint ventures, lending through financial institutions, purchase and sale of securities and other forms. Acting as long-term investment, they have a significant impact on the country's economic growth, its sustainable development and economic security. Foreign investment stimulates economic growth, just as with direct impacts (with the introduction of newest techniques and technology, transfer of management experience, increasing the volume of economic resources in the economy) and positive external effects [7]. Therefore, in the development of foreign economic policy in the Government of the Republic of Armenia should take into account the impact of foreign investment on employment, to improve the investment environment in every way, to increase the flow of investments, the flow of technology, encourage the competition between domestic and foreign companies.

It should be noted that direct investments are crucial in foreign investment. They make up more than a quarter of total investment. Their role in the financing of production is growing in both developing and developed countries. The share of foreign direct investment in GDP in different countries varies from 100 to 11-13 %. In Armenia (see table 1) in 2016 it complied 5,4 % (GDP-10572,3 million US dollars, foreign direct investments – 567,99 million US dollars) [2]: In this regard, direct foreign investment can have a significant impact on the social and economic development of the country, which forces the country's government to take account of its policies. At the same time, as some scientists say, foreign direct investments in developing countries are more stable during the financial crises [6].

Table 1. Foreign Direct Investments (FDI) and GDP Indicators for 2007-2016 in Armenia [3] million US dollars

Years	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
FDI	2089,66	3470,01	4076,95	5676,41	6718,58	352,69	292,7	310,77	495,85	567,99
GDP	9206,3	11662,0	8648,0	9260,3	10138,1	10619,4	11121,3	11609,5	10553,2	10572,3
FDI's share in GDP, %	22,7	29,8	47,1	61,3	66,3	3,3	2,6	2,7	4,7	5,4

As it is seen from the table, foreign direct investment from 2007 to 2011 had a tendency to grow every year, and in 2012 there was a sharp decline, and the share of FDI in GDP decreased by 63 %. A trend of growth is observed in 2014-2016.

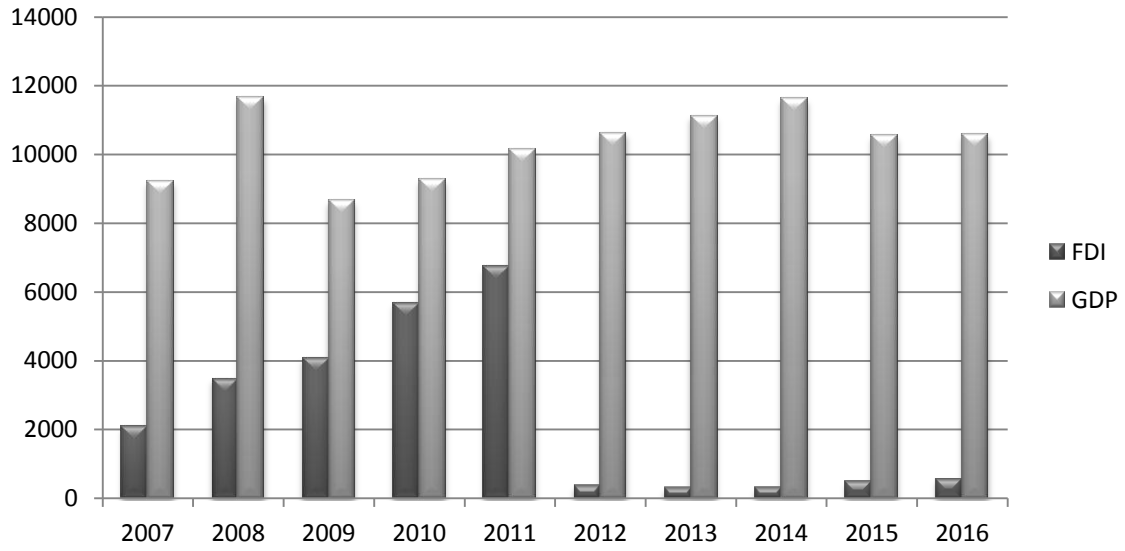


Fig. 1. Dynamics of Foreign Direct Investment and GDP in Armenia [3]

The interaction between foreign direct and domestic direct investment often involves the form of replenishment and replacement, which in economic models reflects their influence on economic growth. Evaluation of the impact on exclusion and filling of these two investments is important especially for investments in innovations. The impact of filling domestic investment with foreign investments means that if foreign direct investment brings innovations, the return on old technology can grow. In such a case, foreign direct capital investment increases the amount of capital available for industry development, and just as some scientists say, foreign direct investment expands the investment constraint [4].

The impact of the new foreign direct investment on the overall productivity of the economy, and hence on the productivity of domestic companies, can contribute to the emergence of new, up-to-date technologies that will complement the previously attracted technology through foreign direct investment.

The extent and effectiveness of foreign direct investment on economic growth depends on the level of economic development. There is a dependency on the foreign direct investment inflow and the level of qualification of working resources. In other words, the positive external effects of foreign direct investment in economic growth are that salaries in enterprises with foreign capital are higher than the enterprises with foreign capital are higher than the average salary of the country. This circumstance contributes to the formation of solvent demand, which is accompanied by expansion of consumer goods production.

Foreign direct investments has also had a positive impact on the increase in labor productivity, which is driven by the size of the enterprise, that share of managers in the total employer, and the costs of new technology per employee. Foreign direct investment contributes to the restructuring of domestic economy and raising competition in economic sector.

The degree of human capital and technology replenishment, taking into account the peculiarities of the country and its branches, is considered to be one of the main factors in the inflow of technology with foreign direct investment. The positive external effects of foreign direct investment

also include the inflow of new technologies accompanying them, which increases the overall productivity of factors in the host country. As a result of rapid technological changes, high moral depreciation of capital takes place in foreign direct investment sectors. Technological changes lead to accelerated depreciation, the net capital stocks decreases, but overall productivity increases.

The high level of technology available in technically advanced countries indicates that technologies accompanying direct foreign investment are effective in the world.

The particular importance for foreign investors are the investment risks associated with the danger of loss of ownership with the retention of ownership. As a first example related to these risks, one can consider an example with economic activity, where within the occurrence of possible negative impact the reason is the shortcomings in the organization of the production process. The number of losses arising from these risks includes, lost profits, losses, violation of the established period of the repayment of the loan by the debtor, etc. The next type is the technical risks that arise from fire, explosion, flood, accidents and other possible similar cataclysms of the 21st century or in case of technical malfunctions. To obtain possible guarantees for the above two risks, foreign investors use the services of insurance companies.

For the Republic of Armenia, since the 90s of the XX century, the existence of so-called political risks and their research are relevant, since such risks and specific for each individual country. Political risks include the possibility of confiscating the property of a foreign depositor for political reasons, the possibility of destroying or losing the property of foreign investor because of political unrest or war, changes in relation to foreign investors due to internal political changes and worries.

As shown by the analysis of the literature by different authors, the presence of political risks for foreign investors is classified in different ways. In a number of cases, a part of political risks is considered as a phenomenon of political instability, which manifests itself in political upheavals, anti-state strikes, civil war and other solemn manifestations. However, they happen very rarely and do not belong to the most important factors that worry foreign investors. This is mainly related to foreign investor who has already deployed his investment activities in a given country.

For potential foreign investors political instability appears in the form, at least, an unattractive reality and, moreover, in the form of a limiting reality. Thus, a survey of managers of companies willing to deploy their investment activities in Eastern Europe shows that foreign investors imply the main three total factors, giving priority to political stability (78 % of the respondents). As the next most important factor is the factor of the volume of the internal market (52 %), the availability of an experienced workface (29 %), geographical location (24 %), level of infrastructure development (7 %) and only 2 % pay attention to the availability of tax incentives.

The emergence of political instability for both – active and potential investors is a concern, especially when internal and external tensions arise due to such events, to overcome which the government changes "the rules of the game" for foreign investors (political risks pertaining to the government). The above risks include risks arising from changes in the taxation system of foreign enterprises, in the export of profits, exchange of currency, the possibility of changes in the regulation of property ownership rules as evidenced by the results of interviews conducted among investors and experts operating in Republic of Armenia.

The specificity of Armenia is that, despite certain difficulties within the political life of the country, the political risks are largely related to regional political instability. In Armenia, under the existing conditions of unstable external political risks are connected with the economic blockade imposed by Azerbaijan and Turkey. Without mentioning the fact of regional instability to the most important factors that have an impact on foreign investments, we note that it has a negative impact primarily on those who do not have the experience of working for investors and those who are preparing to export the product to the foreign market, not limited to Armenian – a fairly compact market. However, in general, the preservation of regional stability is an area that requires an immediate solution.

From the point of view of assessing foreign policy risks we must positively assess the quality of bilateral relations between Armenia and its main partner countries (Russia, the United States of America, European Union countries, Iran, Arab countries, etc.).

There is no need to prove that for foreign investors the level of these bilateral ties, their stability or at the best, development is of fundamental importance. Deterioration or weakening of these ties may become another reason for the fluctuations of foreign investors. Thus, deterioration of relations between states can lead to the establishment of an embargo or a bilateral economic boycott, to restricting the movement of capital or its suspension.

Political risks are, to a certain extent, associated with social risks (which in some cases act as socio-cultural risks). Underlying this kind of risks lies a special (often negative) perception population of the host country of a portion of foreign investors because of previous or current historical, political contradictions, acute conflicts, wars, differences in customs, culture, etc. Although in the case of Armenia, the society as a whole is fairly liberal about almost all foreign investors, and as the facts show, foreign investors (regardless of what countries they represent) are mostly positively perceived by the population of the republic and are generally satisfied with their attitude towards themselves. This does not apply only to a number of natural monopolies (communication, energy distribution networks) and traditional industries (Cognac production) of trading activity, the population of the Republic of Armenia.

To reduce the possible negative impact of political risks in Armenia it is necessary to develop a number of rules on the application of insurance measures at the private and government level, at the domestic and interstate level. At the heart of this process is, of course, the creation of a legal framework that protect the rights of investors.

As already formulated proposals on the normative-legal base of Armenia, and, first of all, in connection with the law of the Republic of Armenia "On Foreign Investments", the regime established by the domestic legislation to protect foreign investors from political risks is not the last absolute guarantee.

The State, in fact, itself "gives" guarantees in relation to the economic activities of the owners, and the state itself (and not the third independent part) controls the quality of the provided guarantees. A more productive method at the intergovernmental bilateral level is the conclusion of agreements to protect and stimulate deposits. Another productive method of minimizing political risks is the existence of independent judicial systems. To reduce the risks for foreign investors it is important to provide them accurate information.

The aim (purpose) of the study is to justify the importance of insurance of investment risks for attracting foreign investments in Armenia.

To reduce the degree of political risks of foreign investors, it is important and their correct information support. (As practice shows, regardless of the real state of the investment situation is this country, foreign investors are inclined to view as the country with the highest degree of risk, the one about which they have a minimum information.) For the future this fact is extremely important for Armenia. And since the Republic of Armenia is a "Young" country (starting with the receipt of the independence in the early 1990s) with a limited space, a small population, located in an unstable region with folded political relations with two neighboring countries (Azerbaijan and Turkey), then Armenia is not always properly presented to a foreign investors in terms of political, economic, social and cultural.

The next, more productive method of protecting foreign investors from political risks is the method of using insurance companies. However, ordinary insurance contracts concluded by private insurance companies consider political risks under "force majeure" circumstance, and risks are not compensated in most cases. Only in recent years there has been an increase in activity by private insurance companies in the case of protection against political risks. In the territory of the former Soviet Union, the British insurance company "Lloyd's", American "Hermes" and "ALG" are engaged in insurance against small-scale political risks. In Armenia, the French insurance company "Coface", which practices foreign trade insurance, in 2007 insured "Alcatel" in communications sector for 40 million US dollars.

A fruitful method of insurance of investment activity, along with private insurance companies, is the creation of large firms under the auspices of the State or its direct participation.

Support of investment programs involving foreign companies can be the participation of the State or an international financial institution in this project. Such participation, not including the immediate elements inherent in insurance, as international practice shows, at the same time is a convincing guarantor for a foreign investor. For a foreign investor, the fact of participation State in the investment project is guarantee that the State itself is interested in the successful implementation of the project, and the participation of an international organization in any project allows us to assume that these organizations, if necessary, use all the levers and methods available to influence the government of the country, implying the removal of all obstacles.

In the United States and in a number of other countries, specialized agencies have been set up, the so-called "State Guarantee Agencies", whose main purpose is to coordinate the State's investment activities, in which public funds are also attracted to one degree or another. State participation in investment programs can be manifested as follows:

- As an owner, that is, a part of the company's shares is owned by the State,
- Loans on preferential terms,

– Subsidizing investment programs.

It seems that in Armenia the time of creation of such an agency has already come, but for this it is first necessary to ensure the appropriate legal and regulatory framework.

A number of states, in an effort to protect national companies making deposits abroad, themselves insure exported capital. An example is the US Overseas Private Investment Corporation (OPIC), which assists American entrepreneurs in investing abroad. Assistance is shown when insuring property rights from political influences, providing consulting services, financing long-term and short-term investment programs. OPIC also includes the Republic of Armenia, where a number of programs have already been insured with the participation of the American side. To implement insurance against non-trade (political) risks, in 1985 the Multilateral Investment Guarantee Agency (MIGA) was established, whose members are currently over 181 countries, including Armenia. The main activity of MIGA is connected with the proposals of long-term services on insurance against political risks, provision of consulting and marketing services. Over the years of activity of MIGA, the number of member countries of this Agency has increased dramatically, as well as the volume of insurance transactions [8].

In 2000, MIGA received a large number of guarantees from member countries in the United States and the Caribbean, which involved 45 % of the total insurance coverage, 24-25 % of the countries in Central and Eastern Europe and the Republic of the former Soviet Union. The largest in terms of insurance cooperation with MIGA from the neighboring countries and partners of the Republic of Armenia was Russia (insurance for $340 million) and Turkey ($230 million). In Azerbaijan ($19 million) and Georgia ($2 million) MIGA also carried out insurance programs. In Armenia, any insurance program was not implemented by MIGA, and only recently have begun work in this direction, which, of course, need to be promoted.

Thus, the insurance system against investment activity risks is an important part of the country's investment climate, which will create favorable conditions for attracting foreign investments to Armenia.

REFERENCES

1. The Law of the Republic of Armenia of July 4, 1994 "On Foreign Investments".
2. Statistical Yearbook of Armenia, 2016, p. 498, 223
3. Statistical Yearbook of Armenia, 2011, pp. 494, 234, Statistical Yearbook of Armenia 2012, pp. 485, 227, Statistical Yearbook of Armenia, 2016, p. 498, 223
4. Kovalev N. V. and others, "Investments", M. 2004., 440 p.
5. Parseghyan E. H., System of Indicators of Efficiency Assessment of Real Investments (Lecture Text) - Yerevan, Economist, 2003, p. 5
6. Shakaryan T. N. "The strategy of attracting foreign investments to the Republic of Armenia", M. 2008., 26 p.
7. Zubchenko A. A. "Foreign investments", M. 2006г., 160 p.
8. www.miga.org

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ МОДЕЛЕЙ ПОСЕРЕДНИЦТВА НА ГЛОБАЛЬНОМУ РИНКУ ПРОДОВОЛЬСТВА

Рубан Т. С.

Україна, Київ, Київський національний університет імені Вадима Гетьмана, аспірант

ARTICLE INFO

Received 22 December 2017
Accepted 20 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

intermediation models,
global food market,
intermediary,
classification,
diversification,
international trade

© 2018 The Author.

ABSTRACT

The article researches intermediation models on the global food market using explicative method. The author proposes to diversify intermediation models on the basis of provided classification by thirteen criteria. The article proposes to divide intermediaries according to the activity field into trade, production, logistics, marketing, financial, legal, informational, administrative, and technical intermediaries. Each type has its description in the article. Particular attention is drawn to trade and marketing intermediaries. Moreover, the article groups intermediaries by the following characteristics: on behalf of whom an intermediary works; on whose account an intermediary works; type of influence on product; activity type; territory; exclusiveness; systematicness; market sector. The article provides lists of the most important intermediation models that correspond to the groups. The models can be diversified by one or several of the proposed criteria. Moreover, some models can be indifferent to a definite characteristic or appear in different groups simultaneously.

Посередництво на сьогодні є основою глобальної економіки, зокрема, на ринку продовольства. Досліджуючи посередництво варто звернути увагу на різноманітність його моделей. Для потреб даного дослідження оптимальним є експлікативний метод. З огляду на це експлікація моделі являє собою можна її опис. Моделі посередництва як окремий об'єкт зі своїми характеристиками та класифікацією досі є мало дослідженими. Через це необхідно глибше дослідити та диверсифікувати моделі посередництва на глобальному ринку продовольства.

Згідно загальновживаного визначення посередниками визначаються усі бізнес суб'єкти, що виникають у процесі збуту між виробником споживчих товарів (обробником) та споживачем. Міжнародна торгова палата (МТП) у регламенті про роботу з агентами, посередниками та іншими третіми сторонами зазначає, що посередники є ефективним інструментом для розбудови, розширення та ведення міжнародного бізнесу. Навіть великі компанії у сучасному глобальному світі звертаються до третіх сторін, щоб покрити всі бажані території та ринкові ніші. [1]

Третіми сторонами в даному керівництві вважається широкий перелік юридичних і фізичних осіб, які діють від імені основного підприємства. До даного переліку включені в тому числі агенти, консультанти, торгові представники, митні агенти, субпідрядники, франчайзі, юристи, бухгалтери, інші посередники. [1] Варто звернути увагу, що у визначенні третіх сторін зазначено, що вони діють "від імені" основного підприємства. Це твердження суперечить переліку третіх осіб, наведених у регламенті, адже консультанти, субпідрядники, франчайзі зазвичай діють від власного імені. В даному контексті скоріше малося на увазі, що вони діють згідно домовленостей з основним підприємством та в його інтересах.

У регламенті МТП з інтелектуальної власності до посередників включено, зокрема, гуртових та роздрібних торговців, перевізників, провайдерів інтернет послуг [2].У програмі дій на 2017-2018рр. МТП окремо виділяє пункт по роботі з посередниками ланцюжка постачання, перевізниками та інтернет платформами [3]. В той же час, МТП, зокрема, для боротьби з контрафактною продукцією, пропонує наступну класифікацію посередників. Усіх посередників організація поділяє на дві групи: фізичних та онлайн посередників.

Фізичні посередники включають постачальників сировини та додаткових матеріалів, перевізників, орендодавців (які володіють приміщеннями, виробничими потужностями та іншими основними засобами). До онлайн посередників належать, по-перше, сайти, платформи та портали; по-друге, компанії, що забезпечують онлайн інфраструктуру; по-третє, пошукові та платіжні сервіси, провайдери та агентства інтернет реклами. До категорії сайтів, платформ та порталів належить широке коло учасників, зокрема, в дану когорту МТП включає інтернет

магазини, мобільні крамниці застосунків, соціальні мережі, файлообмінники тощо. До посередників, що забезпечують онлайн інфраструктуру, МТП відносить провайдерів хостингу, доменів та доступу в інтернет. Третя група онлайн посередників забезпечує економічну спроможність функціонування інтернет послуг, зокрема, за рахунок можливості для клієнта знайти потрібну послугу та оплатити її напряму в інтернеті, можливості для компанії прорекламувати власний продукт. [4] Дана класифікація є оптимальною для дослідження МТП боротьби з контрафактною продукцією, втім, в контексті даного дослідження класифікація є неповною.

Через це пропонується альтернативна класифікація посередників, заснована на проведених дослідженнях та на аналізі поточної ринкової ситуації. Класифікація передбачає первинний поділ посередників за 13 характеристиками: за сферою; іменем, від якого працює посередник; за рахунок кого; за власністю на товар; за клієнтом; за системою каналів збуту та комунікації; за наявністю впливу на товар; спрямованістю впливу на товар; проявом роботи посередника; територіальністю; ексклюзивністю; систематичністю, галуззю.

В рамках найважливіших для дослідження типів також пропонується подальша класифікація. За сферою діяльності самих посередників пропоную виділити торговельних, виробничих, логістичних, маркетингових, фінансових, юридичних, інформаційних, адміністративних, технічних посередників. Даний перелік можна продовжувати, втім наведені є головними.

Логістичні посередники зазвичай забезпечують транспортування товарів та їх зберігання. Насправді на сьогодні їх функції часто спеціалізовані. Певні логістичні посередники займаються перевезеннями по визначеним регіонам певними видами транспорту, інші здійснюють логістику безпосередньо в країні фінального продажу товару. Крім того, окремо зазвичай виділяють компанії, що мають великі складські приміщення, елеватори для тривалого зберігання продукції в специфічних умовах, що дозволяють забезпечити безперебійне постачання певних видів продовольчих товарів, наприклад, яблук, протягом всього року, не зважаючи на сезон врожаю.

В свою чергу фінансові посередники надають фінансування (кредити, позики, позички, лізинг, іпотеки тощо), страхують ризики, зменшення зменшують дебіторська заборгованість (факторингу, форфейтинг), обслуговують платежі в тому числі міжнародні розрахунки (інкасо, векселі тощо). Серед фінансових посередників існує значна різноманітність моделей, втім слід виділити основні такі, як: банки, страхові компанії, інвестиційні фонди.

Функцію врегулювання відповідності між діяльністю суб'єктів господарювання та законодавством певної країни беруть на себе юридичні посередники. Допомагають у вирішенні спорів між учасниками господарського процесу. Слід зазначити, що з поглибленням глобалізації юридичні посередники все більше задіяні у господарських процесах через необхідність врахування особливостей законодавства різних країн. До юридичних посередників належать юридичні фірми та консультанти, адвокатські контори тощо.

Варто відзначити, що до технічних посередників належить цілий ряд різних за сферою діяльності суб'єктів господарювання, оскільки,в залежності від спеціалізації компаній, які вони обслуговують, це будуть різні фірми. Наприклад, до них можуть належати інженерні компанії, IT-компанії тощо.

Дослідницькі компанії та консультанти, інформаційні бюро, бази даних зазвичай відносять до інформаційних посередників. В залежності від спеціалізації дані посередники можуть одночасно відноситись і до інших сфер, наприклад, маркетингових чи технічних тощо. Адміністративні посередники часто беруть на себе частину адміністративних задач суб'єктів господарювання, наприклад, обслуговування дзвінків, організації відряджень тощо.

В рамках підгруп посередників сферою діяльності слід окремо зупинитися на торговельних. Зокрема, за обсягами продажів одного виду товару торгові посередники поділяються на гуртових та роздрібних.

Щодо гуртових торгових посередників, то в першу чергу потрібно поділити їх на організовані ринкові інститути; посередників, що допомагають здійснити торговельні операції; та безпосередньо компанії, що беруть участь у торгових операціях (Рис. 1.). Так, до організованих ринкових інститутів належать біржі, ярмарки, аукціони, виставки, інтернет платформи (наприклад, alibaba.com), платформи тендерних закупівель (наприклад, prozorro.gov.ua). До посередників, що допомагають здійснити торговельні операції, але безпосередньо не беруть участі у них належать брокери; маклери; комерційні консультанти, експерти та аналітики; агенти; випадкові посередники (у тлумаченні одного з типових договорів МТП).

Рис. 1. Типи та моделі гуртових торгових посередників. Джерело: розробка автора

Варто зупинитися детальніше на агентах та випадкових посередниках. Так, агент сприяє здійсненню угоди купівлі-продажу, але сам у ній (як сторона контракту) не бере участі і не купує за свій рахунок товари, не отримує власність на товари, не має права розпоряджатися товаром, який продає. Цікаво, що у чинному Господарському Кодексі України (глава 31) комерційне посередництво зведено винятково до агентської діяльності, яка полягає у наданні комерційним агентом послуг суб'єктам господарювання при здійсненні ними господарської діяльності шляхом посередництва від імені, в інтересах, під контролем і за рахунок суб'єкта, якого він представляє. За агентським договором одна сторона (комерційний агент) зобов'язується надати другій стороні (суб'єкту, якого представляє агент) послуги щодо укладення угод чи сприяння в їх укладенні від імені цього суб'єкта і за його рахунок.

В свою чергу МТП виділяє шість типових договорів торгового посередництва: міжнародної купівлі-продажу готових виробів, призначених для перепродажу; міжнародної купівлі-продажу як такої; дистриб'юторський контракт; договір франчайзингу; агентський договір; договір випадкового посередництва. [5] Випадкове посередництво - це разове надання посередницьких послуг, тобто вчинення фактичних дій, спрямованих на підготовку і укладення замовником однієї чи декількох угод з одним чи декількома контрагентами. До їх числа відносяться надання замовнику доступу до інформації про потенційних контрагентів; пошук (збір) такої інформації; взаємодія (контакт) з підібраними кандидатами, організація і проведення з ними зустрічей, переговорів і вчинення інших дій, спрямованих на підготовку однієї або декількох угод (ознайомлення з товаром, виробничими потужностями, технологією виробництва і зберігання, організація і проведення огляду і випробувань товару і т.п.). [5]

Слід зауважити, що гуртові посередники, що безпосередньо беруть участь у торгових операціях включають широкий перелік моделей, основні з яких: дистриб'ютор, дилер, комісіонер, консигнатор, джобер, торговий дім. Дистриб’ютори займаються продажом товарів від власного імені та за власний кошт. Вони самостійно відповідають за всі види ризиків, пов’язаних із псуванням чи втратою товарів, а також з неплатоспроможністю покупця. (6) Дистриб’ютор має тісні зв’язки з виробником, зокрема: здійснює просування та організацію збуту на закріпленій за ним території; виробник втрачає привілейовані позиції на території дистриб’ютора, якому часто надається виключне право збуту; відносини встановлюються на узгоджений період; збут виробів супроводжується обмеженням дистриб'ютора у збуті товарів конкурентів.

Зазвичай дистриб'ютори акумулюють портфель споживчих товарів та продають їх або дають на реалізацію роздрібним продавцям. Роль дистриб'юторів полягає у забезпеченні домовленостей з продавцями (наприклад, заведення асортименту в мережу, узгодження цін на послуги мережі (мерчандайзинг, маркетинг тощо), зміна цін на продукцію, узгодження умов поставок та ін.), зменшенні відстрочення платежів від продавців обробникам. Зазвичай великі

мережі супермаркетів, які фактично на даному етапі контролюють основну частину роздрібної збутової мережі, вимагають умови довгого періоду після оплати за продукцію, наприклад, стандартний строк для України - 3 місяці, для ЄС - півроку. Дистриб'ютори беруть на себе дебіторську заборгованість мереж, а обробникові повертають гроші раніше. Часто дистриб'ютори забезпечують транспортну та складську логістики, займаються розширенням покриття продаж товару, забезпечуючи певний рівень нумеричної (кількісної) та зваженої (якісної) дистрибуції.

На відміну від дистриб'юторів, дилери є дрібними оптовими покупцями, їх обов'язки і права схожі з правами і обов'язками дистриб'юторів. Найчастіше дилери для охоплення інших регіонів і сегментів ринку знаходяться в безпосередньому підпорядкуванні дистриб'юторів. При збільшенні обсягів реалізації дилер може отримати статус дистриб'ютора і навпаки.

Зі свого боку комісіонери отримують право пошуку партнерів і підписання з ними контракту від свого імені, але за рахунок продавця чи покупця (комітента), який бере на себе комерційні ризики. Перед третіми особами комісіонери виступають як продавці та покупці. Вони відповідають за збереження товарів комітентів, що знаходяться в їх розпорядженні, зберігають право власності на ці товари до переходу його на покупців. [6]

В свою чергу, консигнатор бере на реалізацію протягом певного терміну товари консигнанта та здійснює платежі консигнанту в міру реалізації товару зі складу. За умови консигнації експортер кредитує посередника на середній термін реалізації товару. Розрізняють наступні способи консигнації, а саме: незворотну, частково зворотну або зворотну. Незворотна консигнація означає, що, якщо якась частина товару, зазначена в договорі консигнації, не буде реалізована, консигнатор бере на себе обов’язок купити її в консигнанта за тверду суму. Частково зворотна консигнація означає, що консигнатор повинен реалізувати товар на певну частину суми, а товари на залишок суми, якщо їх не вдається реалізувати, повернути консигнанту. Зворотна консигнація означає, що всі нереалізовані товари треба повернути консигнанту або подовжити термін консигнації чи дати на ці товари знижку. [6]

Посередник, що діє як посередник на біржі та займається скупкою окремих великих партій товару для швидкого перепродажу називається джобером. В свою чергу торговий дім — торговельна фірма, яка закуповує товар у виробників або гуртовиків своєї країни і перепродає їх за кордон; також закуповує іноземні товари за кордоном та перепродає їх місцевим гуртовим і роздрібним торговцям та споживачам, здійснюють операції за свій рахунок і за дорученням клієнтів. Торгові доми працюють з широкою номенклатурою товарів, беруть участь у виробництві продукції. Для виконання своїх функцій у торгових домів часто існує власна мережа магазинів, складські приміщення, транспортні засоби тощо.

Діяльність торгового дому характеризується широким діапазоном: здійснення від свого імені та переважно за свій рахунок експортно-імпортних, товарообмінних (бартерних) та інших зовнішньоекономічних операцій; інвестування коштів у виробництво; здавання обладнання в лізинг; надання кредитів; надання послуг у сфері страхування, ремонту і обслуговування, складування, консультацій, інжинірингу, фінансів; торговий дім бере участь у торгах на біржах та в створенні спільних підприємств за участю іноземного капіталу. [7]

Роздрібні посередники можуть бути різних типів, яким відповідають певні моделі (Рис.2).

З метою даного дослідження пропонується визначити роздрібними продавцями суб'єктів процесу створення продовольчих продуктів, які займаються продажем споживчих продуктів кінцевим покупцям, не залежно від каналу збуту (будь то супермаркет, заклад громадського харчування чи інтернет-магазин або автомат з продуктами).

В залежності від спеціалізації та позиціонування роздрібного продавця визначається розташування, асортимент, цінова політика тощо. Так, "магазини біля дому" або автомати з їжею розташовуються якнайближче та якнайзручніше до покупців, щоб задовольнити їх миттєві потреби. Дискаунтери - магазини, що пропонують низькі ціни - зазвичай є великими гіпермаркетами, розташованими на околицях міста або за містом. Фізичні магазини мають обмеження по наявному торговому місцю.

Найпоширенішим типом роздрібних посередників є "сучасний роздріб", основною характеристикою якого є самообслуговування в точках продажу. До нього входять такі моделі посередників як супермаркети, гіпермаркети, мінімаркети. "Традиційний роздріб" або його також називають "лінійним роздрібом" характеризується невеликим розміром точки продажу та обслуговуванням продавцем через прилавок. Серед моделей традиційного роздрібу варто виділити магазини біля дому та кіоски.

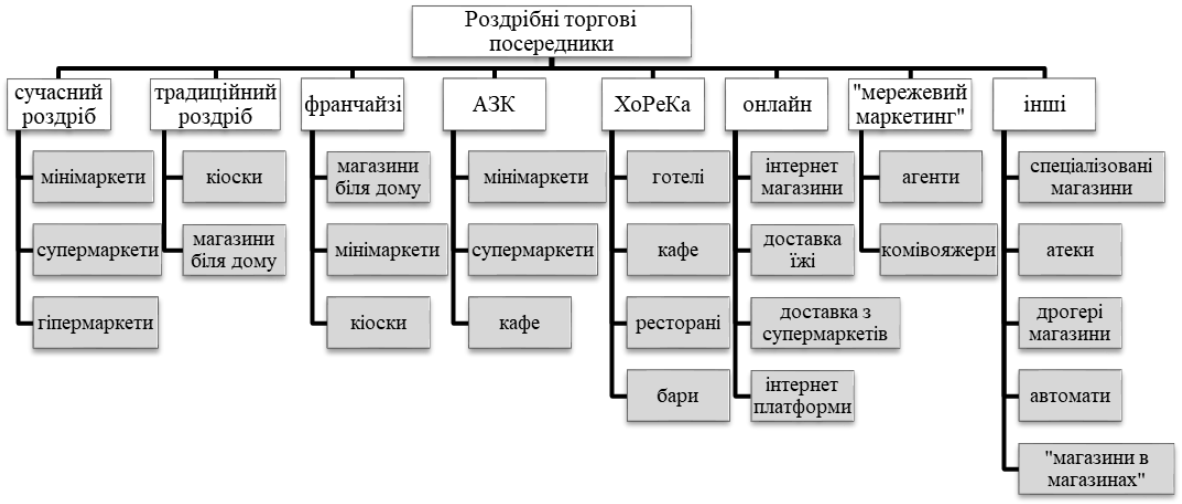


Рис. 2. Типи та моделі роздрібних торгових посередників. Джерело: розробка автора

У свою чергу, франчайзингові торгові точки (фтт) характеризуються організацією роботи за договором франчайзингу, що найчастіше передбачаєрегламентовану назву магазину, асортимент, постачальників, інтер'єр та екстер'єр. Фтт можуть мати різні моделі, найпоширенішими серед яких є магазини біля дому, мінімаркети та кіоски. Найчастіше франчайзингову мережу магазинів будує виробник певного товару в якості каналу збуту для нього (наприклад, франчайзингові точки "Наша Ряба" ПАТ Миронівський Хлібопродукт).

Слід зазначити, що канал збуту ХоРеКа включає заклади громадського харчування та проживання, серед яких основними виділяють готелі, кафе, ресторани, бари. В рамках автозаправних комплексів виділяють мінімаркети, супермаркети та кафе.

Серед он-лайн посередників варто виділити наступні моделі: інтернет магазини, доставка їжі, доставка з супермаркетів, інтернет платформи, що об'єднують багатьох продавців (наприклад, e-bay, amazon, aliexpress).На сьогодні досить популярний формат інтернет продажу продовольчих товарів. Це може бути як готова їжа на замовлення (піца, суші тощо), так і збір замовлення в супермаркеті на доставку або навіть продаж продуктів довгострокового зберігання через глобальні платформи, такі, як e-bay.

У випадку он-лайн торгівлі, продавці обмежені наявними технологіями, можливостями та строками доставки та оплати. Зміна ринку вимагає відповідної зміни форматів. Так, у 2000 р. мережа Kmart була третьою найбільшою мережею супермаркетів у США з оборотом 36 млрд. дол. США [8]. До 2014 р. її доходи впали на дві треті. За аналогічний період річний оборот інтернет магазину Amazon виріс з 2,8 млрд дол. США до 89 млрд. дол. США [(8)]. Інтернет платформа для бізнесу Alibaba, лідер ринку Китаю, будучи всього 15-річною компанією, у 2014 р. здійснив рекордне за обсягами у світі IPO, оцінене у 25 млрд. дол. США. [8]

Існують також посередники, що будують збут через мережу представників "мережевого маркетингу" (наприклад, Herbalife). До них належать такі моделі посередників як агенти, комівояжери тощо.

Крім зазначених вище моделей посередників, існують і ті, яких важко об'єднати у певні типи. Серед них автомати (наприклад, автомати зі снеками чи напоями); спеціалізовані магазини (наприклад, спортивного харчування) тощо; аптеки; дрогері магазини (наприклад, "Ватсонс", "Ева", "Космо"). Відносно новою моделлю роздрібної торгівлі є "магазини в магазинах" (shopinshop) - це "острівки" в ТРЦ або супермаркетах чи гіпермаркетах, що продають окремі товари. Моделіроздрібної торгівлі постійно еволюціонують у відповідь на запити покупців.

За системою каналів збуту та комунікації можна виділити посередників, що працюють онлайн, оффлай (мають фізичні представництва, магазини), мультиканальні (мають кілька каналів збуту та комунікації онлайн та оффлайн, втім клієнтський досвід у них розрізнений - різні ціни, асортимент, умови доставки та ін.); омніканальні (мають онлайн та оффлайн каналів збуту та комунікації з уніфікованим клієнтським досвідом). На сьогодні тенденція у роздрібних торговців до переходу на омніканальну систему. Втім, також значно зростають онлайн

посередники, адже онлайн потребує менше інвестицій, ніж оффлайн, а для омніканальності необхідно мати фізичні точки продажу на рівні з онлайн магазином.

Окрему увагу варто приділити зміщенню посередництва в бік виробництва. Зі зростанням спеціалізації все більше посередників залучені у процес створення продукту. Продовольчі товари стали технологічно складними через підвищені вимоги до строків придатності, постійні намагання покращити смакові та харчові властивості продуктів. Через це їх створюють компанії з різними компетенціями, технологічним оснащенням, на різних територіях. Найчастіше стадія фінальної обробки продукту відбувається найближче до покупця. Це може бути фасування продукту в країні фінального продажу або навіть кастомізація продукту безпосередньо в точці продажу під конкретного покупця. Цікаво, що часто роздрібні торгові точки беруть на себе також додаткову виробничу функцію по фінальній передпродажній підготовці продукту.

За даних умов важко сказати, яка з компаній є виробником. Фактично кожна компанія, що знаходиться між виробником сировини та фінальним споживачем являється посередником. Посередники, що задіяні у виробничій трансформації продукту називаються виробничими посередниками. Не можна стверджувати, що одні з них є виробниками, а інші - постачальниками, аналізуючи увесь ланцюжок створення вартості. Втім, якщо аналізувати його частину, то для певної виробничої компанії вона сама буде виробником, компанія, в якої дана компанія закуповує напівфабрикати буде постачальником, а компанія, якій буде відбуватися збут - клієнтом. Отже розмивається поняття виробника. Воно залежить від частини процесу, який аналізується та точки, з якої проводиться аналіз.

Все більшого значення набувають маркетингові посередники. Вони допомагають правильно оцінити потреби ринку та правильно розподілити ресурси, направити їх у найбільш затребувані продукти. Крім того, маркетингові посередники допомагають збільшити нематеріальну складову корисності продукту. В результаті збільшується загальна корисність продукту за рахунок емоційного задоволення споживача.

До маркетингових посередників можна віднести дослідницькі компаній, консалтингові, креативні агентства, дизайн бюро, брендингові агентства, медійні агенства, селз хауси, студії виробництва контенту (Юніверсал, Дісней тощо), агентства ліцензійного брендингу, btl-агентства, digital-агентства, мерчендайзингові агентства тощо.

Дослідницькі та консалтингові компанії, допомагають краще зрозуміти споживачів. Креативні агентства,дизайн бюро, брендингові агентства, студії виробництва контенту, агентства ліцензійного брендингу тощо збільшують емоційну складову навколо продукту. Медійні агенства, селз хауси, digital-агентства та ін. сприяють донесенні інформації про продукт до споживача та покупця. Це може бути звичайне інформування про характеристики та місця збуту, ціну продукту, а може бути емоційне повідомлення, що, в свою чергу, також збільшує емоційну складову корисності продукту. Btl-агентства сприяють прямій комунікації зі споживачем чи покупцем. Дозволяють їм ознайомитись з продуктом (наприклад, через організацію дегустацій), поринути в емоційний світ бренду продукту (наприклад, на певному тематичному заході від бренду). Мерчандайзингові агентства допомагають розмістити продукти в торговій точці найбільш вигідним способом, забезпечують постійну присутність продукту на полиці та рекламних матеріалів в точці продажу тощо.

Якщо розглядати ім’я, від якого діють посередники, їх можна поділити на тих, що працюють від власного імені (наприклад, комісіонери, агенти) та на тих, що діють від імені замовника (дистриб'ютори, дослідницькі та рекламні агентства тощо). Варто зазначити, що серед усіх моделей посередництва переважають ті посередники, що діють від власного імені.

Враховуючи, за чий рахунок діють посередники, можна виділити ті моделі посередників, що передбачають роботу за власний рахунок (наприклад, торгові доми, переробники, медійні агенства тощо) та такі, що працюють за рахунок доручителя (агенти, повірені, комісіонери тощо).

Зважаючи на власність на товар можна виділити посередників, що забирають товар у власність (наприклад, переробники, супермаркети тощо) та ті, що не отримують власність на товар. В останньому випадку це можуть бути торгові компанії, здійснюють функції товароруху без права власності на товар і одержують комісійну винагороду (комісіонери, агенти тощо) та допоміжні посередники (банки, маркетингові агентства, IT-компанії тощо).

Беручи до уваги вплив на товар слід виокремити посередників, що змінюють споживчу цінність товару та тих, що не впливають на неї. Споживчу вартість змінюють, в першу чергу, переробники, адже вони змінюють сам продукт. Впивають на споживчу вартість і дизайн

агентства, креативні агентства тощо, адже вони сприяють росту емоційної корисності товару. Крім того, логістичні компанії та роздрібні торговці забезпечують територіальну доступність та зручність, що також збільшує сукупну цінність товару. Не впливають на цінність товару страхові компанії, кредитори, технічні та адміністративні посередники тощо.

Якщо врахувати спрямованість впливу на товар посередників можна поділити на тих, що спричиняють фізичну зміну товару (наприклад, переробники змінюють його склад, форму, колір тощо; в супермаркетах товар можуть запакували; у кафе - прикрасити та сервірування; логістичні посередники товар фізично перемістили з одного місця в інше), та на тих, що здійснюють інтелектуальний вплив (дослідницькі компанії, консультанти, креативні та дизайн агентства, технологічні консультанти тощо). Інтелектуальний вплив може спричинити подальший фізичний вплив або впливати на емоційну корисність продукту.

Звертаючи увагу на прояв роботи посередників можна поділити на таких, що здійснюють фізичну, інтелектуальну та формальну роботу. Фізична робота пов'язана зі зміною матеріальних складових продукт та його переміщенні в просторі. Фізично на продукт впливають переробники, логістичні посередники тощо. Інтелектуальний прояв має робота дослідницьких агентств, консультантів, креативних та дизайн агентств тощо. Формальний прояв роботи означає, що дані операції покликані для відповідності процесу певним загально визначеним правилам та не несуть впливу на корисність продукту. До посередників формального прояву належать страхувальники, брокери, маклери тощо.

Враховуючи специфіку клієнтів більшість посередників відносяться до B2B сектору тобто обслуговують інші компанії. До них належать усі агентства, дилери, дистриб'ютори, переробники тощо. З кінцевим покупцем (B2C) працюють лише роздрібні торговці (супермаркети, кафе, інтернет магазини готових продуктів тощо).

За територіальним принципом можна поділити посередників на національних, іноземних, міжнародних та глобальних. За ексклюзивністю варто виокремити посередників, що мають ексклюзивні права та на тих, що ведуть діяльність на загальних основах. Так, наприклад, ексклюзивні права на продаж продукту часто передають дилеру чи дистрибюторові на певну територію.

Зважаючи на систематичність співпраці варто виділити регулярних посередників тобто тих, що тривалий час постійно працюють з одними компаніями,забезпечуючи виконання певної функції господарського процесу; та випадкових, з якими співпраця носить епізодичний характер. Найчастіше регулярними є торгові та логістичні посередники (дистриб'ютори, дилери, супермаркети тощо), а випадковими - консультанти, агентства та ін. підприємства, що виконують проектну роботу.

Беручи до уваги галузеву приналежність діяльності посередників глобального продовольчого ринку можна також класифікувати. Так, основними галузями будуть продовольча промисловість (виробники сировини та переробники), послуги (в основному - торгові, фінансові, маркетингові, консультаційні), наукова галузь (наукові розробки у всіх сферах, наприклад, у виробників сировини).

Отже, моделей посередництва велика різноманітність. Їх можна диверсифікувати на основі наведеної класифікації за одним або декількома з тринадцяти основних напрямів таких, як за сфера; ім'я, від якого працює посередник; за рахунок кого; власність на товар; клієнт; система каналів збуту та комунікації; наявність впливу на товар; спрямованість впливу на товар; прояв роботи посередника; територіальність; ексклюзивність; систематичність; галузь. Модель посередництва відноситься за даними напрямами до певного типу посередників. В рамках деяких типів також виділено підтипи та наведено моделі, які їм відповідають. Не зважаючи на те, що моделі посередництва диверсифікуються за наведеними характеристиками, деякі з них можуть бути нейтральними до певної характеристики і тому бути присутніми у декількох групах одночасно.

ЛІТЕРАТУРА

1. ICC Guidelines on Agents, Intermediaries and Other Third Parties [Електронний ресурс] // International Chamber of Commerce. – 2010. – Режим доступу до ресурсу: https://cdn.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2017/02/ICC-Guidelines-on-Agents-and-Third-parie.

2. Intellectual property guidelines for business [Електронний ресурс] // International Chamber of Commerce. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: https://cdn.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2016/11/IP-guidelines-for-business-English.pdf.-с.8.

3. 2017-2018 Programme of action [Електронний ресурс] // International Chamber of Commerce. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://cdn.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2017/03/ICC-programme-of-action-2017-2018.pdf - с.14.

4. Roles and responsibilities of intermediaries [Електронний ресурс] // International Chamber of Commerce. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://cdn.iccwbo.org/content/uploads/sites/3/2015/03/ICC-BASCAP-Roles-and-Responsibilities-of-Intermediaries.pdf.

5. Белов В. А. Международное торговое право и право ВТО [Електронний ресурс] / В. А. Белов // ЮРайт. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: http://stud.com.ua/76053/pravo/tipovi_modelni_kontrakti.

6. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля / Т. М. Циганкова, Л. П. Петрашко, Т. В. Кальченко. – Київ: КНЕУ, 2001. – 448 с.

7. Торговий дім [Електронний ресурс] // Wikipedia. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://uk.wikipedia.org/wiki/ %D0 %A2 %D0 %BE %D1 %80 %D0 %B3 %D0 %BE %D0 %B2 %D 0 %B8 %D0 %B9_ %D0 %B4 %D1 %96 %D0 %BC.

8. Creating Value for All: Strategies for Doing Business with the Poor [Електронний ресурс] // United Nations Development Programme. – 2008. – Режим доступу до ресурсу: http://www.rw.undp.org/content/dam/rwanda/docs/povred/RW_rp_Creating_Value_for_All_Do.

9. Goedde L. Pursuing the global opportunity in food and agribusiness [Електронний ресурс] / L. Goedde, M. Horii, S. Sanghvi // McKinsey & Company. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: http://www.mckinsey.com/industries/chemicals/our-insights/pursuing-the-.

10. Dobbs R. Where to look for global growth [Електронний ресурс] / R. Dobbs, J. Remes, J. Woetzel // McKinsey & Company. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: www.mckinsey.com/global-themes/employment-and-growth/where-to-look-for-global-growth.

11. Bernard A. B. Intermediaries in international trade: direct versus indirect modes of export [Електронний ресурс] / A. B. Bernard, M. Grazzi, C. Tomasi. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: http://web.unitn.it/files/download/19902/bernardgrazzitomasi2011.pdf.

12. Ahna J. The role of intermediaries in facilitating trade [Електронний ресурс] / J. Ahna, K. Amit K., S. Wei // Journal of International Economics. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0022199611000031.

13. Bernard A. Intermediaries in International Trade: Products and Destinations [Електронний ресурс] / A. Bernard, M. Grazzi, C. Tomasi // Review of Economics and Statistics. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: https://www.mitpressjournals.org/doi/abs/10.1162/REST_a_00495?journalCode=rest.

КОНКУРЕНТНЕ ПОЗИЦІОНУВАННЯ СПІЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

к. е. н., доцент ***Петренко В. С.***

Україна, Херсон, Херсонський державний університет

ARTICLE INFO

Received 24 December 2017
Accepted 23 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

Joint venture,
competitiveness,
competitive advantages,
foreign economic activity

© 2018 The Author.

ABSTRACT

The article is devoted to the competitive positions of joint venture. The planning of the joint venture activity is carried out primarily by a foreign investor who assesses the competitive advantages of different countries and regions according to the main criteria. Competitiveness of an enterprise can be determined on the basis of the stages of competition development. Joint ventures are submerged in the competitive environment of the world economy more than enterprises operating in national markets. However, regional competition should take into account competition. The region as a kind of intermediate level between the world market and a separate enterprise can greatly facilitate or sharply complicate the conduct of foreign economic activity.

Конкурентне середовище міжнародних підприємств і організацій являє собою комплексне єднання міжнародної, регіональної і локальної, галузевої та міжгалузевої конкуренції. Це ускладнює становище підприємства, вимушеного добувати багатопрофільну інформацію з різних регіонів світу, оцінювати її, вибудовувати певні стратегії поведінки на ринках різних країн і вести поточну діяльність з урахуванням дій не тільки вітчизняних, а й зарубіжних конкурентів.

Теорія конкуренції в сучасній економічній науці є однією з найбільш розроблених. Конкуренції як фактору ринкової економіки і з урахуванням розвитку присвячено чимало робіт, з яких варто відзначити праці Е. Чемберліна, Ф. Хайєка та М. Портера. З вітчизняних робіт варто відзначити книгу Р. А. Фатхутдінова. Положення даної теорії цілком можна застосувати при плануванні діяльності спільних підприємств.

Разом з тим слід мати на увазі, що планування діяльності спільного підприємства здійснюється перш за все з боку іноземного інвестора, який оцінює конкурентні переваги різних країн і регіонів за кількома критеріями, включаючи всі «плюси» і «мінуси» своїх вкладень (в тому числі і в формі спільного підприємства) з точки зору політичної, економічної, правової стабільності в цій країні. Торгова палата США провела великі дослідження на матеріалі входять до її складу компаній з метою виявлення тих міркувань, якими керуються американські ТНК, приймаючи рішення про капіталовкладення в будь-яку країну.

Було виявлено 12 основних критеріїв: характеристика місцевого ринку; його доступність; робоча сила; валютний ризик; повернення капіталу; захист прав інтелектуальної власності; торгова політика; державне врегулювання; податкові ставки і стимули; політична стабільність; макроекономічна стабільність; інфраструктура і послуги. Розглянемо ці критерії докладніше.

1. Характеристика місцевого ринку. Для інвесторів найбільше значення має вивчення наступних характеристик: розміри ринку, відносне добробут або купівельна спроможність населення, природні ресурси і географічне положення країни.

2. Доступність ринку. Маються на увазі такі фактори: наявність місцевих законів і нормативних положень, що забезпечують або хоча б не дуже обмежують доступ на місцеві ринки; існуюче законодавство повинно забезпечувати ТНК можливість конкуренції на рівноправній основі з місцевими компаніями.

3. Робоча сила. Трудові ресурси оцінюються за параметрами: якість місцевої робочої сили (рівень освіти, число прогулів на підприємствах); рівень зарплати (в рамках своєї глобальної стратегії ТНК можуть розміщувати найбільш трудомісткі фази виробництва в країнах з дешевою робочою силою).

4. Валютний ризик. Правова оцінка вартості національної валюти важлива як для ТНК, які вивозять продукцію і послуги з країн - одержувачів інвестицій, так і для самих цих країн, що прагнуть до максимізації доходів від експорту. За загальним правилом, девальвація вигідна

експортерам цієї країни, оскільки дозволяє їм знижувати ціни на свою продукцію в іноземній валюті при збереженні прибутку від торгових операцій, вираженої в національних грошових одиницях, в тих же або більших розмірах. Імпорт при цьому ускладнюється, оскільки іноземні експортери для отримання тієї ж прибули в своїй валюті змушені підвищувати ціни на ввезені товари. Ревальвація викликає зворотний ефект. Економетричні розрахунки показують, що зміна валютного курсу на 10 % скорочує або збільшує обсяг експорту від 7 % в США, Японії, Франції, Швеції до 3-4 % в інших індустріальних країнах. Зміна обсягу імпорту при тих же умовах складає від 1 до 6 %.

На рух капіталу динаміка валютних курсів надає протидії позитивний вплив. Девальвація робить більш привабливим національне виробництво і зменшує стимули до інвестування за кордоном. Ревальвація, навпаки, підсилює стимули до вивезенню капіталу, оскільки при цьому зменшуються витрати на придбання іноземних цінних паперів.

5. Повернення капіталу. В даному аспекті вивчаються закони і нормативні положення, що впливають на можливість вивезення інвестованого капіталу і прибутку з країн-одержувачів. Країни, що вводять різного роду обмеження в цій сфері (наприклад, обмежують вивіз твердої валюти), менш привательно для інвесторів, ніж ті, які дозволяють вільний рух капіталу і прибутку.

6. Захист прав інтелектуальної власності. З огляду на, що значна частка активів ТНК - це нематеріальні цінності, захист інтелектуальної власності важлива для них, особливо в таких динамічно розвиваються, як комунікація, комп'ютерна техніка, фармацевтика, де технологія - важливий засіб конкурентної боротьби за створення нових ринків продуктів і розширення ринків збуту. Країни-одержувачі зацікавлені в інвестиціях саме в такі галузі промисловості, оскільки тут вони більш вигідні з точки зору передачі технологій і розвитку вітчизняної індустрії. Але для залучення інвесторів в такі галузі уряди країн-одержувачів повинні захищати права інтелектуальної власності, уникаючи примусового ліцензування зареєстрованих технологій і не допускаючи інших форм втручання в ліцензійні угоди між приватними фірмами.

7. Торгова політика. Аналіз торговельної політики включає в себе в першу чергу вивчення практики тарифного і нетарифного регулювання експорту та імпорту в конкретній країні. Вартість імпортованих товарів тісно пов'язана не тільки обмінним курсом національної валюти, але і з рівнем тарифів. Вартість імпорту має велике значення для виробників, що включають витрати на імпорт в вартість виробництва готової продукції. Тарифні ставки, що перевищують рівень тарифів, що існують в інших країнах, збільшують вартість товарів ТНК, а вона - ключовий фактор конкурентоспроможності експортних товарів на світовому ринку.

Квоти, ускладнені процедури ліцензування та інші нетарифні бар'єри можуть також підвищувати витрати виробництва або сповільнювати виробничий цикл, знижуючи конкурентоспроможність і обмін інвестицій.

8. Державне регулювання. При оцінці рівня державного втручання в господарські процеси слід враховувати, що надмірне регулювання може викликати «перекоси», що ведуть до збільшення витрат і зниження ефективності як ринків, так і виробників. Наприклад, багато держав під тиском профспілок і лівих партій ввели в трудове законодавство положення про захист робочих місць, обмежуючи права компаній на звільнення працівників. Іноді уряди навіть вказують, в які саме галузі діяльності слід вкладати капітал або вводять обмеження на діяльність іноземних інвесторів у вигляді закріплення певних секторів економіки за державними підприємствами з забороною іноземних інвестицій.

9. Податкові ставки і стимули. Надмірний податковий тягар на капіталовкладення і прибуток може перешкодити ТНК інвестувати в будь-яку країну. Податковий тягар - це не тільки ставки оподаткування, а й податковий режим щодо дивідендів, гонорарів, банківських переказів та інших операцій.

10. Політична стабільність. Інвестори ризикують капіталом, вкладаючи в політично нестабільні країни, так як ризик втратити капітал занадто великий. В цьому плані важлива позиція державних чиновників, керівників профспілкових організацій і керуючих провідних компаній приватного сектора по відношенню до іноземного інвестора. Так, профспілкові лідери можуть загрожувати проведенням та інших акцій проти ТНК. Провідні приватні компанії можуть захотіти не допустити ТНК на місцеві ринки, побоюючись конкуренції.

11. Макроекономічна політика. Важливою умовою стабільної макроекономічної політики є низька і передбачувана інфляція. Гіперінфляція ускладнює фірмам управління і в банківських розрахунках, і при операціях з готівкою, не кажучи вже про неможливість довгострокового планування і прогнозування, укладення тривалих контрактів і т.д.

12. Інфраструктура та послуги. Фізичні ресурси країни-одержувача (дороги, порти, аеропорти, телекомунікаційні мережі, наявність і вартість енергоносіїв) мають велике значення для ефективності виробництва і транспортування. Країни повинні прагнути до підтримки цих ресурсів на рівні сучасних стандартів і в робочому стані.

Інфраструктура також включає послуги страхових і бухгалтерських фірм, комерційних банків, повітряні, морські та сухопутні транспортні засоби. Важлива також здатність налагодити стабільні зв'язки з місцевими постачальниками. Хоча дані критерії розглядалися американськими аналітиками стосовно ТНК, їх зміст і значення цілком можна застосувати до характеристик діяльності спільних підприємств (підприємств за участю іноземного капіталу).

Оцінюючи основні показники розвитку підприємств з іноземними інвестиціями в України, правомірно стверджувати про те, що вони довели свою ефективність (таблиця 1). У той же час, слід погодитися з висновком про те, що спільні підприємства реального помітного внеску в підвищення конкурентного потенціалу економіки України поки не внесли.

Таблиця 1. Показники ефективності діяльності організацій з іноземними інвестиціями в економіці України

Показник	2012	2013	2014	2015	2016
Питома вага організацій за участю іноземного капіталу в загальній кількості організацій, %	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4
Питома вага інвестицій організацій за участю іноземного капіталу в загальному обсязі інвестицій в основний капітал, %	2,7	4,0	9,9	10,6	12,8
Питома вага зайнятих в організаціях за участю іноземного капіталу в загальній кількості зайнятих, %	0,6	0,7	1,6	2,4	2,9
Питома вага обсягу виробленої продукції організаціями за участю іноземного капіталу в загальному обсязі виробництва, %	3,0	4,6	10,6	19,8	22,6

Наступним етапом, важливість якого часто недооцінюють, є розробка конкурентної стратегії СП. Конкурентоспроможність міжнародної організацій або спільного підприємства багато в чому випливає з його конкурентної стратегії. Підприємство може поставляти на зовнішній і внутрішній ринок товари і послуги за нижчими цінами, забезпеченим зниженням витрат і впровадженням передових технологій. Інша стратегія конкурентоспроможності полягає в тому, щоб продавати диференційований товар підвищеної якості з особливими споживчими властивостями за ціною конкурентів на аналогічні товари. При цьому конкурентоспроможність підприємства, яке постачає продукцію на експорт, в значній мірі залежить від конкурентоспроможності та рівня розвитку обслуговуючих експортний сектор підприємств через надання послуг, поставок сировини, матеріалів, комплектуючих, а також забезпечення інфраструктури.

Конкурентоспроможність підприємства може визначатися на основі стадій розвитку конкуренції:

Перша стадія: конкуренція на основі факторів виробництва;

Друга стадія: конкуренція на основі інвестицій;

Третя стадія: конкуренція на основі індивідуальності;

Четверта стадія: конкуренція на основі багатства.

Сили конкуренції, по М. Портеру, включають облік як зовнішній, так і внутрішній рівень взятого підприємства. Спільне підприємство може викликати конкурентну боротьбу всередині себе, коли змагаються філії, підрозділу, відділи, розташовані в різних країнах і регіонах. Сили конкуренції, які діють у зовнішньому середовищі, включають: взаємодія з новими конкурентами, проникаючими в галузь; загрозу появи на регіоні нових товарів, які вигідно відрізняються існуючі; можливості підприємств і рівень їх доходів; оцінку можливостей постачальників, особливо постачальників сировини, напівфабрикатів і комплектуючих виробів; взаємодія з компаніями, вже давно існували на ринку. Вивчення поточної конкурентного середовища і її складових у майбутньому служить визначенням точного місця підприємства в галузі, а також перспектив галузі, що дозволяє судити про перспективи і стратегії його розвитку.

Слід оцінити такі компоненти стану підприємства:

– майбутні цілі на всіх рівнях управління і в багатьох вимірах;
– заходи, що стосуються самого підприємства та галузі, в якій воно працює;
– поточну стратегію зараз з урахуванням всіх наявних суперників на внутрішніх і міжнародних ринках;
– можливості, що дозволяють зіставити сильні і слабкі сторони підприємства.

Аналіз конкуренції передбачає спеціалізовану відпрацювання великих масивів інформації, для чого слід виділити на підприємстві особливі підрозділи (відділ маркетингу). Її обробка вимагає великих матеріальних витрат, які виправдовуються тільки в разі об'єктивності, і надійності отримання інформації. СП в цьому плані може мати значну перевагу, якщо іноземний партнер має власну службою інформації і готовий постачати нею СП.

Представляється можливим оцінити поведінку спільних підприємств на конкурентному ринку реформованої економіки України по ряду характеристик економічного потенціалу організацій за участю іноземного капіталу.

Перш за все, слід відзначити зростання числа організацій за участю іноземного капіталу практично по всіх галузях економіки України. Щодо галузевої структури зауважимо збереження лідируючих позицій за підприємствами торгівля, промисловості, а також за організаціями, що забезпечують функціонування ринку.

Звертає увагу факт зростання середньооблікової чисельності працівників організацій за участю іноземного капіталу всіх галузей економіки, проте галузева структура зайнятості практично не змінюється - близько за середньооблікової чисельності працівників організацій за участю іноземного капіталу припадає на промисловість.

Складається тенденція до зростання частки промисловості та зниженні. Частки торгівлі в загальному обсязі виробництва товарів і послуг організацій за участю іноземного капіталу. Додамо, що ця ж тенденція спостерігається і за іншими наведеними параметрами потенціалу організацій за участю іноземного капіталу.

Відмінною особливістю організацій за участю іноземного капіталу в економіці України можна вважати те, що і в кількості організацій, і в середньооблікової чисельності, і в загальному обсязі виробництва товарів і послуг частка транспорту і зв'язку залишається практично не зрадою в інтервалі 10-11 %. Здається, що це пов'язано і зі специфікою економічної природи даних галузей, і з особливостями їх функціональної ролі в економіці (надання інфраструктурних послуг).

Конкуренція змушує підприємство постійно прагне до пошуку і досягнення нових конкурентних переваг, вести пошук оновити стратегій поведінки і управління, стежити за діючими і можливими конкурентами. Сучасні підприємства здатні в процесі обробки інформації вирішувати виниклі проблеми, пов'язані з конкуренцією більш швидко і ефективно в силу поєднання зусиль двох і більше ділових культур, негативних принципів і стратегій. З іншого боку, кількість проблем і протиріч може виявитися абсолютно непідйомним. Однак, і в такому випадку ситуація здатна виявити і посилити наявні конкурентні переваги, наприклад:

– низьку собівартість;
– впровадження і можливості нових продуктів;
– вести пошук більш високої продуктивності всіх факторів, особливо людського;
– якість і технічні характеристики продукції, що випускається;
– управлінську майстерність;
– оптимальне самоорієнтування ринку;
– швидкого реагування на потреби людей і т.д.

На наш погляд, єдиним неодмінною умовою конкурентоспроможності слід вважати зростання обсягу продажів товарів або послуг спільного підприємства. Інші параметри слід розглядати як додаткові або факультативні. Конкурентні переваги мають свої конкретні умови і причини. Так, один і той же товар, що володіє цільовим перевагою на одному географічному острівці, може не мати його на іншому, або товар, витіснений з ринку через деякий час може знову придбати комерційний успіх, наприклад внаслідок виходу з ринку деякого числа фірм-конкурентів, зміна валютних курсів, кризових явищ в економіці країни або регіону, вміло проведеної реклами компанії і тому подібних випадковостей.

Вивчення конкурентних переваг вимагають системного і послідовного підходу, коли дія різних факторів і процесів доповнюють і підсилюють, або послаблюють і усувають один одного.

Конкурентні переваги можна класифікувати за наступними напрямками:

– за характером джерела (географія демографія, економіка, технологія, інформації);

– по ініціатору (ринок, держава, конкуренти або саме підприємство);
– за терміном дії (довгострокові, середньострокові, короткострокові);
– за характером динаміки (стійкі, що не стабільні, сплутані);
– за рівнем ієрархії (товар, фірма, галузь, національна економіка, світовий ринок);
– по відношенню до ціни (цінові або не на ціні переваги);
– за можливостями імітації;
– по сфері прояви (виробництва, збут).

Конкурентні переваги можна не тільки виявляти, але і створювати в процесі діяльності, застосовуючи особливі технології. Під технологіями формування конкурентних переваг розуміється комплекс маркетингових процедур і способів їх виконання, призначені для кращого проектування підприємства в конкурентному середовищі.

В результаті їх реалізації формується широкий клас складних управлінських рішень, орієнтованих одночасно принаймні в трьох просторах:

– товарному;
– регіональному;
– функціональному.

– Розробка технології формування конкурентних переваг повинна проводитися в замкнутому управлінському циклі, що включає:

– аналітичні роботи;
– стратегічну діяльність;
– тактичну діяльність підприємства;

Світовий ринок, на відміну від національного чи регіонального, має в своєму розпорядженні більш відкритою і масової інформацією для оцінки її в роботі окремого підприємства. Поєднання зусиль представників різних націй, систем і культур може полегшити як аналітичний, так і інші процеси формування конкурентних переваг.

Визначення положення спільного підприємства в конкурентному середовищі передбачає оцінку тенденцій як в часі, так і в просторі. Напруженість в діяльності підприємства вимагає наростання мобільності і швидкості реагування на зміну умов ринку. Вимоги до мобільності означає налагоджену роботу маркетингових і збутових підрозділів розглянутого підприємства. Стратегією реалізації конкурентних переваг в розвинених країнах, як правило, виступає напружена інноваційна діяльність. Конкуренція підштовхує підприємства до нововведень, як в області пошуку нових кінцевих продуктів для освоєння їх випуску, так і нових технологій, джерел сировини, ринків збуту і збутових стратегій.

Нововведення перевіряються на міцність усіма ринковими структурами, йде своєрідний природний відбір, в результаті якого одні підприємства розширюються, інші - зникають, а економіка в цілому відчуває позитивний імпульс в сторону прогресивного розвитку.

Міжнародний бізнес, як з'ясувалося в XX столітті, здатний і прискорити, і полегшити процеси загального розвитку, але це не означає легкого життя для окремо взятих підприємств. Навпаки, це ще більш посилює конкуренцію. Конкуренція при недостатньо активної діяльності здатна виявити не тільки переваги, а й недоліки, «вузькі місця» і дефекти організації, підприємства. Недостатність уваги до світового ринку веде за собою руйнування виробництв і банкрутство підприємств.

Не секрет, що в України в результаті реформ скоротилися або зникли багато видів досить технологічно розвинених і наукомістких виробництв, однак не слід змішувати даний процес із загальним економічним спадом. Дійсно, національна економіка втратила в обсягах виробництва значну частку валового внутрішнього продукту. Однак, не можна забувати той факт, що більша частина продукції соціалістичних підприємств, що працювали по централізовано затвердженого плану, була або застарілою, або неефективною в силу величезної витратності, високих витрат і загальної технічної відсталості. Відсутність гнучкості щодо зміни продукції, що випускається на новішу, а в техніці - на більш ефективну, - призвело до того, що підприємства не могли без загальної кризи припинити випуск застарілої продукції.

Спільні підприємства занурені в конкурентне середовище світового господарства більш ніж підприємства, що працюють на національних ринках. Проте, в конкуренції повинні враховуватися регіональні особливості. Регіон як своєрідний проміжний рівень між світовим ринком і окремо взятим підприємством може сильно полегшити або різко ускладнити ведення зовнішньоекономічної діяльності. Кожен регіон має конкурентні переваги і недоліки, він може бути оцінений з точки зору інвестиційної привабливості.

Так в України різко виділяються регіони навколо Києва і Одеси в порівнянні з іншими регіонами. Сам факт створення союзів, партнерств, спільних підприємств означає пристосування до умов регіональної конкуренції, коли часто буває невигідно створювати нове підприємство в силу високих транснаціональних витрат. Для міжнародних компаній важливо навчитися одночасно діяти в світовій і місцевої конкурентному середовищі, а так само одночасно в сфері політики, і економіки. Спільне підприємство, що дозволяє організовано вести міжнародний поділ праці, у багатьох випадках є найкращим варіантом зниження трансакційних витрат політичного походження. Президенти, губернатори, інші відповідальні особи можуть скоротити час, витрати на створення спільних підприємств зростання в силу оголошення і особистої підтримки проекту. Проте, засновники підприємства повинні все ж спиратися на економічні, конкурентні, ринкові розрахунки, а не політичні рішення.

Якщо політика знову опиниться попереду економічної ефективності, то можна очікувати створення великої кількості нежиттєздатних підприємств, включаючи спільні. Амбітні проекти в силу політичної зацікавленості в їх здійсненні через короткий час можуть стати «чорними дірами», довгобудом, а так само справжнім мотором інфляції, особливо на внутрішньому ринку тієї країни, де вони реалізуються.

Глобалізація конкуренції вимагає від підприємства освоєння таких масивів інформації і сфер діяльності, як валютні розрахунки, операції на ринку цінних паперів, робота з різними фінансовими інструментами. Специфіка цих сфер і галузей робить їх предметом спеціального дослідження, однак, їх слід враховувати і в найпростішої поточної економічної роботі. Освоєння цих видів діяльності може в першу чергу бути конкурентними перевагою спільного підприємства.

Однією з прикмет нового тисячоліття є інформатизація всіх управлінських, організаційних і виробничих процесів. Освоєння електронної торгівлі, електронних розрахунків, електронного справу виробництва вимагає великих витрат в початковий період існування підприємства, але надалі вони не тільки скоротять час всіх економічних процесів, але і витрати на ведення основної діяльності. Повинна підвищиться як продуктивність праці, так і продуктивність капіталу. Інформаційна мобільність дає перевагу у майбутній мобільності всіх інших виробничих факторів. Ієрархічні структури управління замінюються мережевими, набагато менш витратними з точки зору загальних і середніх витрат.

Отже, спільні підприємства, залучені в конкуренцію на світовому, регіональному і місцевому рівні, здатні реалізувати свої переваги у власних інтересах, одночасно сприяючи економічному розвитку країни, де вони розташовані. Однак не менш важливою є динаміка чисельності, термін життя і інші «демографічні» характеристики СП.

ЛІТЕРАТУРА

1. Оцінка факторів впливу на конкурентну позицію підприємства/ П. К. Кулінічев // Вісник НТУ „ХПІ”. Серія: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х.: НТУ „ХПІ”. - 2013. - № 45(1018) - С. 69-75.

2. Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції / Пер. з англ. А. Олійник, Р. Сільський. – К.: Основи, 1998. – 390 с.

3. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. - М.: ИНФРА-М, 2000. – 612 с

4. Сухарський В. С. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: теорія, методологія, практика : Навчальний посібник (курс лекцій) / В. С. Сухарський. - Тернопіль : АСТОН, 2005. - 464 с.

5. Крючкова І. В. Конкурентоспроможність економіки України : стан і перспективи [Текст] : монографія / ред. : І. В. Крючкова. - К. : Основа, 2007. - 488 с.

6. Шкурупій О. В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства [Текст] : навч. посібник / О. В. Шкурупій та ін. ; ред. : О. В. Шкурупій. - К. : ЦУЛ, 2012. - 248 с.

STATE MANAGEMENT OF THE SYSTEM OF POSTAL EDUCATION IN THE CONTEXT OF ECONOMICS KNOWLEDGE

candidate of pedagogical sciences, associate professor ***Oliynyk Volodymyr Viktorovych***

Ukraine, ESIMP SHSE "University of Management Education" NAPS of Ukraine, deputy director for Scientific and Pedagogical and educational work

ARTICLE INFO

Received 25 December 2017
Accepted 24 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

state administration, postgraduate education, knowledge economy, human capital

ABSTRACT

The article considers and analyzes the state management of the system of postgraduate education in the context of the "knowledge economy" that, in the global economy and the globalization of the whole society, transform into human capital in accordance with the requirements of the labor market, providing continuous training, retraining and professional development of each specialist for life. Knowledge in modern conditions becomes the main source of increased value of goods and services that determine the quality of human capital and parameters of socio-economic activity of economic entities form a qualitatively new social potential of a person - to receive and process heterogeneous information coming from different sources. Knowledge is the basis for the production and implementation of technological and managerial innovations. In addition, knowledge management solutions increase efficiency, since management is a process of using knowledge to find the most effective ways to use available information to obtain the desired results.

The main characteristics of the "knowledge-based economy" are: an increase in the social product of industries directly related to the production and use of knowledge; Sustainable economic growth, based on the active use of human capital and technology, especially information and communications; intellectualization of economic activity and transformation of workers engaged in the production, transfer and use of knowledge in the dominant group in total employment; forming a single information space by creating global information networks and databases, as well as increasing the number of computer equipment; increase of immaterial accumulation and its active development in comparison with accumulation of materials; creation and development of a special type of management – knowledge management.

© 2018 The Author.

Formulation of the problem. Relevance of the subject under study. Today, society is undergoing major changes: the economic crisis and unemployment, the decline in the level and quality of life of most of the population. At the same time, digital technologies continue to evolve, communication networks are improved, which gives more opportunities for personal development, but also contains significant risks. In particular, the gap between those who are successful in the labor market is constantly increasing, constantly supporting and updating their knowledge and skills, and those who are lagging behind in failing to meet the ever-increasing demands of rofessionalism.

All these changes can be described as a transition to a "knowledge-based society", that is, where the basis of the economy are intangible goods and services and where knowledge and skills are of paramount importance. In our time, investment in knowledge is growing faster than investment in fixed assets: in the member countries of the Organization for Economic Cooperation and Development in the 90's knowledge investment grew by an average of 3.4 % per year, against a 2.2 % increase in investment in funded funds of the total amount of knowledge that humanity possesses, 90 % is obtained over the past 30 years [7].

Analysis of recent research and publications. The knowledge economy is a complex and multifaceted phenomenon that has attracted and continues to attract the attention of many as domestic and foreign researchers. Such Western scholars as lay fundamentals of the study of knowledge economy in modern science: F. Altbach, G. Behmann, A. Downson, P. Drucker, B.-A. Lundwall, F. Mahlup, R. Nelson, N. Rosenberg, F. von Hayek et al. Among contemporary Ukrainian scientists, V. Andrushchenko, V. Bebik, A. Boyko, D. Dvinnchuk, V. Zhuravsky, V. Koshchin, V. Kremen,

V. Kusherets, A. Lugovy, A. Lyashenko, S. Maksimenko, M. Mikhalchenko, V. Ognevyuk, Yu. Poluneev, J. Poplavskaya, V. Poplavsky, V. Seminozhenko, A. Sirenko, M. Soroka, O. Starovoyt,V. Tkachenko, L. Fedulova and others.

However, despite the increasing attention of both academics and practitioners around the world to the phenomenon of knowledge economy, research in this area can not be considered exhausted today. There are many other issues that require extensive scientific research and development, including in the system of postgraduate education.

The purpose of the article is to investigate the peculiarities of state management of postgraduate education system based on analysis of its features in the context of knowledge-based economy.

Presenting main material. Knowledge in modern terms becomes one of the main sources of increase in the value of goods and services, determines the quality of human capital and parameters of socio-economic activity of economic actors forms a qualitatively new social ability of a person - to perceive and process heterogeneous information coming from different sources [4, with. 81]. Knowledge is the basis for the production and implementation of technological and managerial innovations. In addition, knowledge increases the efficiency of managerial decisions, because management is a process of using knowledge to find the most effective ways to use existing information in order to obtain the necessary results [3, p. 95].

The main features of "economics based on knowledge" include:

– increase in the public product the share of industries directly related to the production and use of knowledge;

– Sustainable economic growth, based on the active use of human capital and high technologies, especially information and communication;

– intellectualization of economic activity and transformation of workers engaged in production, transfer and use of knowledge in the dominant group in the general structure of employment;

– formation of a single information space by creating global information networks and databases, as well as increasing the number of computer equipment;

– increase in volumes of non-material accumulation and its forward-looking development in comparison with material accumulation; the formation and development of a special type of management activity - knowledge management *(Fig. 1).*

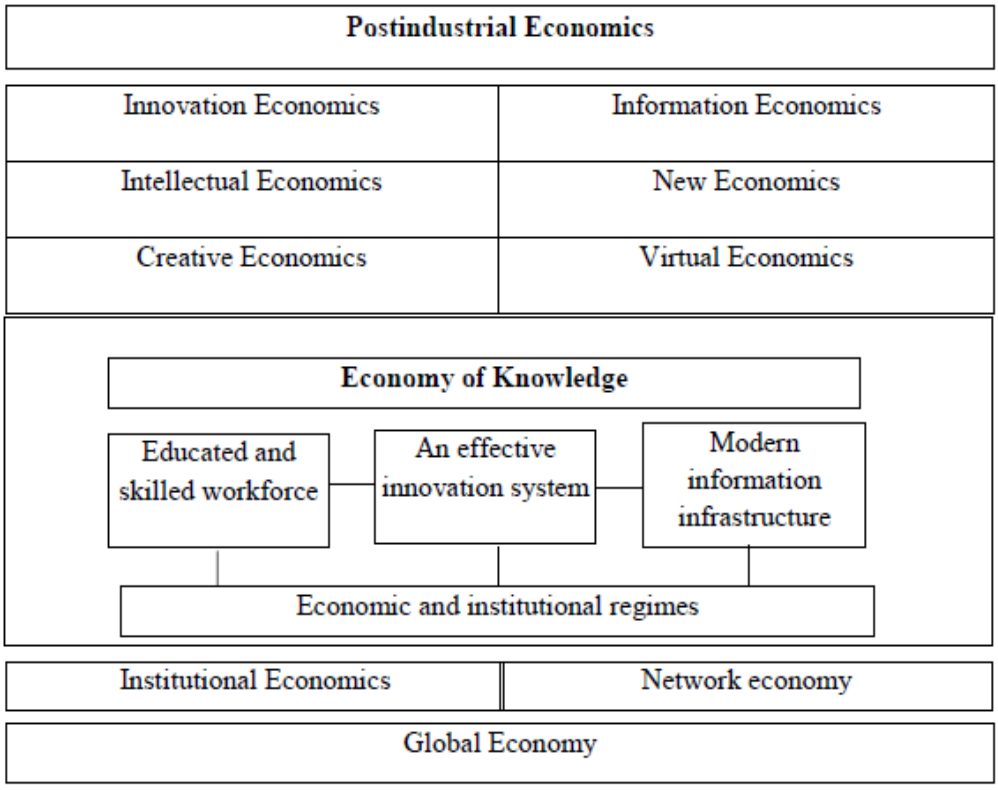


Fig. 1. Methodological format for the genesis of the knowledge economy of the XXI century
Source: [8, p.8]

But all of the above, in our opinion, can only be formed when approval of the system of public administration of education and training of the principle of continuity of the process of obtaining, updating and expanding knowledge in the framework of a new educational model - education throughout life, and in particular, the formation of a high-quality public administration postgraduate system education.

It is worth pointing out that the decisive role of education in the formation of national competitiveness is confirmed by numerous studies. According to L. Turou, "in the 21st century, education and labor qualifications will become the dominant weapon of competition" [10], and F. Bomard believes that economic education has been a key factor in national competitiveness over the last decade, the ability to use knowledge as an economic advantage. It is no wonder that one of the main components of the Global Competitiveness Index is an indicator of the level of higher education and training in a particular country. The analysis of this indicator by countries shows that those countries with the highest Competitiveness Index also have a high level of education, in particular, Switzerland, Finland, Sweden, the Netherlands, and others. Ukraine ranks 73rd in 2012-2013, which means the country's competitiveness index slightly increased by 9 points (82nd place) in comparison with the previous period. A significant increase was also observed in education levels from 4.58 to 4.70.

The mechanisms by which education contributes to social and economic development is not fully understood, and it is impossible to accurately measure this contribution, according to the staff of the Institute of the World Bank. However, as a first step, they propose such interaction to be reflected in Table 1 [12, pp.81-82].

Consequently, an inseparable triad of markets characterizes the knowledge economy: the knowledge market, the market for educational services and the labor market, which cannot be viewed in isolation, since they are closely interacting with one another. The balanced interaction of these markets manifests itself as follows: the society determines the priorities in the field of knowledge, the labor market generates demand for labor of a certain quality, and the market of educational services prepares specialists - the carriers of the knowledge society necessary (fig. 2).

Table 1. Potential Benefits of Higher Education

Benefits	Individual	Social
Economical	Higher salary	Improved productivity
	Employment	National and regional development
	Higher accumulation	Less need for financial state support
	Improving working conditions	Increase in consumption
	Personalized professional mobility	Strengthening the potential of the transition from an individual economy to a knowledge-based economy of low-skilled labor
Social	Improving the quality of your life and the lives of children	Integration of the nation and the development of its leaders
	Adopting more adequate solutions	Democratic participation; increase of the consent level; perceiving society as a structure based on justice and creating opportunities for all
	Increasing your personal status	Social mobility
	Expansion of educational opportunities	Improving the coherence of society and reducing crime
	A healthier way of life	Improving health
		Improvement of the basic and secondary education system

Source: [12, pp.81-82]

It is clear that the achievement of this balance and the transition to a market model of knowledge is possible only by modernizing the education system and reforming all socio-economic spheres in the country. In addition, in order to maintain or enhance the competitiveness of the educational system of any country, it must be brought into line with the requirements of the external and internal environment that is constantly changing.

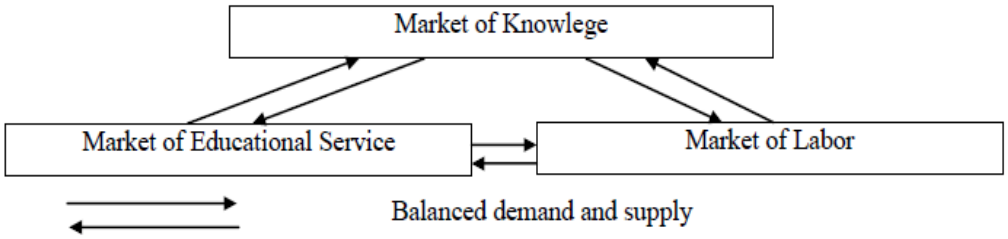


Fig. 2. Ideal (balanced) market model of knowledge economy Source: [1, p. 114]

The system of "knowledge economy" (according to the methodology of the World Bank) can be represented by the following elements, which are the basis of the knowledge economy index (Fig. 3):

– education that forms scientific and technical thinking;

– an innovative system that provides the generation of knowledge, technology, and innovation (developed network of universities, laboratories, research institutes, etc.);

– institutes of knowledge economy (institutional environment for investment in education and science, adaptation of new technologies);

– information and communication infrastructure (information and communication technologies, virtual teams of developers, exchange of ideas and solutions).

The effective implementation of the tasks facing education within the framework of the socio-economic system of the state, according to the World Bank, provides for the selection of three components:

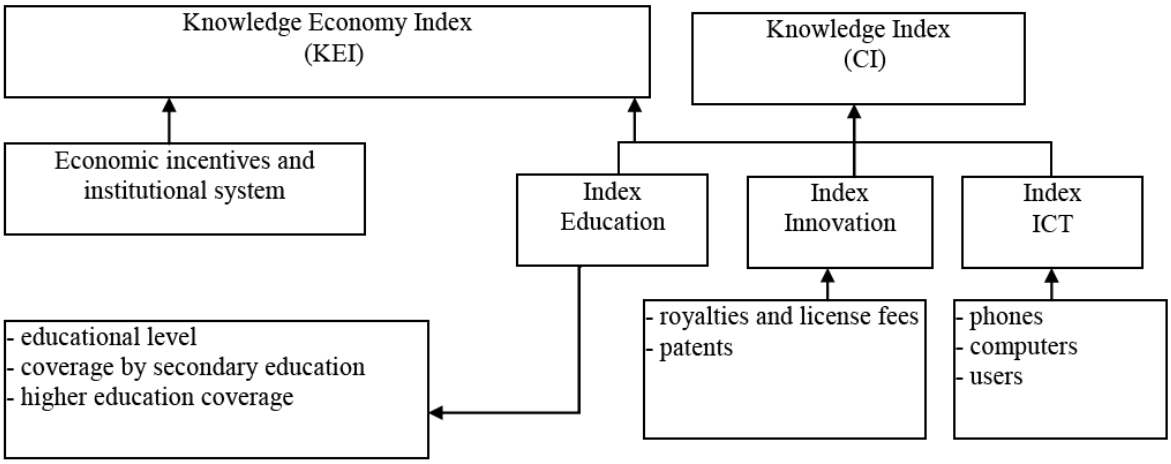


Fig. 3. Structure of the knowledge index Source: [14]

– knowledge acquisition: for example, general education, lifelong learning opportunities and the development of a higher education system, especially in the field of science and technology;

– knowledge transfer: the use of new information and telecommunication technologies on the basis of competition, the development of the private sector, the relevant regulatory and regulatory framework and the access of poor to informational resources [6, p. 9].

D. Frolov and D. Shelestova believe that the concept of "knowledge economy" evolutionarily shifts the emphasis on man, considering it as an active actor of social production [13, p. 8], which is the generator and carrier of new knowledge. The main thing in a "knowledge-based economy" is not so much to create new knowledge, but to use it productively. In this regard, the place and role of education in the life of the whole society as well as of each individual is changed radically. In this case, education should fulfill the following main tasks:

– to produce the ability of a person to transform the information received into knowledge;

– to create the basis for the person to be able to separate the important from the non-essential;

– arouse interest in the learning process itself.

That is, in this concept, a person becomes a center in the process of seeking knowledge, and this search is carried out not only within the system of vocational education, but also in non-formal education and self-education (Figure 4). At the same time, information technologies that enable people to continuously develop their personal and professional competencies play an important role in these

processes. More and more important is learning in practice and the ability to create innovation; education becomes an integral part of all economic and social life.

As the development of science leads to an intensive process of knowledge gains, the discrepancy between the "life cycle" of scientific knowledge and the similar cycle of educational knowledge is increasing. This leads to depreciation, including the professional knowledge that has been obtained earlier, which leads to moral depreciation of human capital from specialists who do not regularly improve their qualifications, do not update or expand their knowledge. In the scientific literature, therefore, the term "half-life of competence" is used, which means the length of time after the completion of the institution of vocational education, during which the competence of the specialist as a result of the aging of the knowledge acquired under the influence of new advances in science and technology decreases by half [2, pp. 115-116]. The differentiation of the periods of half-life of competence is determined not only by the speed of updating knowledge in the corresponding branch of science, but also by the structure of the formed knowledge of a specialist in an educational institution. Yes, there is knowledge with a long and short half-life: the first is theoretical, fundamental knowledge that is more resistant to the effects of factors of moral aging; the second group includes professional, applied knowledge, which has a relatively short period of life. According to some estimates, 5 % of the theoretical and 20 % of applied knowledge are updated annually [9, p. 12].

As Teruya Nagoa noted, "the division of thinking and action according to the traditional model may be appropriate for the permanent technology, but it is unlikely to be corresponding to rapid technological progress " [11, pp. 256-257].

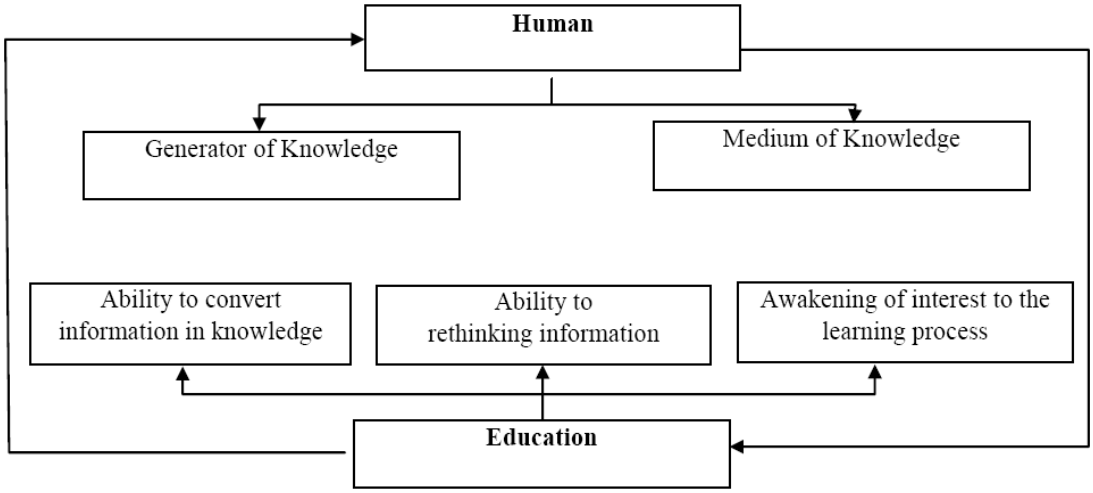


Fig. 4. The Place of Man and Its Relationship with the Educational Process
Source: developed by the author

This objectively requires a change in the principles of interaction between science and education, dictates the need to transition from the system of "education for life" to the system of "life-long education". Consequently, in a "knowledge-based economy", special attention should be paid to post-graduate education, which ensures continuity of learning and a constant increase in the level of human capital *(Fig. 5).*

We agree with M. Zgurovsky, who formulated a number of important tasks in the direction of the movement of universities to the knowledge society, which in our opinion, contribute to the formation of an effective system of postgraduate education:

1. Curricula should provide students with the basic knowledge and skills necessary to develop opportunities and needs to update their knowledge throughout their lives.
2. Educational institutions should offer a wider range of short-term education programs for different categories of people with diverse motivations and goals.
3. In order to meet the needs of rapidly changing sectors of the economy, it is necessary to have effective mechanisms for interaction with the labor market, and on this basis, to correct the curricula.
4. Procedures for assessing the quality of training should be different from the traditional one. Obviously, the qualifications, abilities and knowledge of graduates are appreciated.
5. There is a need for a change in traditional university disciplines, a reduction in the distance between fundamental and applied research, and as a result - there are multidisciplinary and

multidisciplinary training programs in the training of specialists focused on solving complex interdisciplinary problems.

6. The introduction of new pedagogical approaches based on alternative mechanisms of knowledge transfer, the simultaneous use of multimedia, computers and the Internet, this allows the learning process to be more intense and interactive [5].

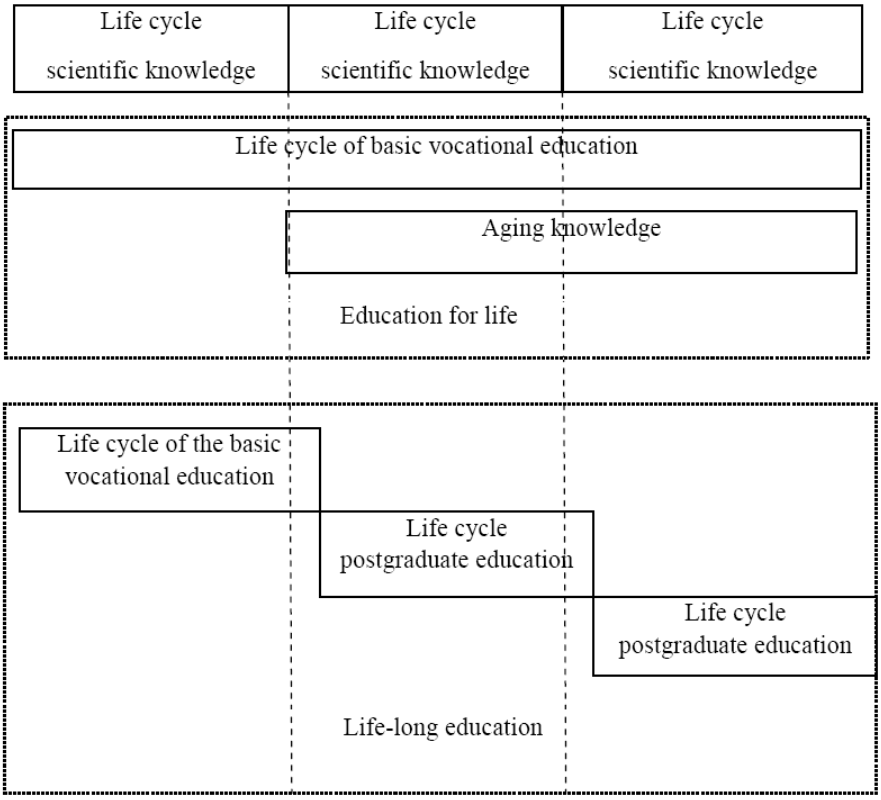


Fig. 5 The role of postgraduate education in the context of "Economics, Knowledge-based»
Source: developed by the author

Conclusions. Consequently, postgraduate education in the context of a "knowledge-based economy" is intended to solve a twofold task. On the one hand, it must satisfy the intellectual and professional demands of the individual, on the other - to form and increase the intellectual and professional potential of society. Proceeding from this, the main functions of public administration in postgraduate education are: the development of the personality of the learner, his individual abilities; vocational training, retraining and raising the qualifications of the learner throughout life; formation of the scientific potential of society.

REFERENCES

1. Prosperity O. V. Balanced interaction of markets of knowledge economy as the basis of continuous education / O. V. Prudence // Education through life: Continuous education in the interests of sustainable development: materials of the 11th International. conf.: in 2 hours / syst. N. A. Lobanov; under science Ed. N. A. Lobanova and V. N. Skvortsova; LSU them. A. Pushkin, Research Institute of Social Sciences. and ped. probl continuous education. - Extract 11. - SPb.: LSU them. A. Pushkin, 2013. - Ch. I. - 324 p. – pp.114-117.

2. Wolfson B. L. Strategy for the Development of Education in the West at the Turn of the 21st Century / B. L. Wolfson. - M.: URAO, 1999. - 207 p.

3. Drucker P. Postcapitalist Society / P. Drucker // New Post-Industrial Wave in the West: Anthology / Ed. Inozemtseva V. L. - Moscow: Academia, 1999. - P.70-100.

4. Dyatlov S. A Principles of the Information Society // Information Society. - 2000. - №2. - pp. 11-85.

5. Zgurovsky M. Society of Knowledge and Information - Technologies, Challenges and Perspectives / M. Zgurovsky // Dzerkalo Tyzhnya. - 2003. - No.19 (444).-Accessmode: http://gazeta.dt.ua/ECONOMICS/suspilstvo_znan_ta_informatsiyi__tendentsiyi, _vikliki, _perspektivi.html

6. Knowledge in the service of development. World Development Report. 1998/99. Including selective indicators of global development. - M.: All World; World Bank, 1999. - 320 p.

7. Kostina T. A. Higher education in the knowledge economy [Electronic resource] / T. A. Kostina // X International scientific and practical conference "Actual problems of business education", April 27-28, 2011, Minsk. - pp. 130-132. - Access mode: http://www.sbmt.bsu.by/Data_RUS/ContBlocks/01113/Kostina.pdf.

8. Lukyanenko D., The implementation of the knowledge economy paradigm in the national economic development strategy / D. Lukyanenko, O. Lukyanenko, O. Doroshenko // International economic policy. - 2013. - No. 2 (19). - pp. 5-26.

9. Sadovnychyi V. A. Higher school of Russia: traditions and modernity / V. A. Sadovnichy // Higher education today. - 2002. - No. 12. - pp. 10 - 16.

10. Turou L. The future of capitalism: how today's economic forces form the tomorrow's world [Electronic resource] / L. Turuu / Per. from english A. I. Fedorov. - Access mode: http://www.netda.ru/belka/texty/thurow/.

11. Toffler E. Metamorphoses of power / E. Toffler / Per. from English - Moscow: ACT Publishing House, 2003. - 669 p.

12. Formation of a knowledge-based society. New task of higher education / Per. from English - M.: All World, 2003. - 232 p.

13. Frolov D. P. Institutional factor for the development of a "knowledge-based economy" / D. P. Frolov, D. A. Shelestova // Vestn. Volgograd state UN-that Sir 3, Economics. Ecology - 2009. - No. 1 (14). - p. 6-14.

14. Knowledge Economy Index (KEI) 2012 Rankings [Electronic resource] // Official Website of the World Bank. - Access mode: http://siteresources.worldbank.org/INTUNIKAM/Resources/2012.pdf

ДЕТАЛИЗАЦИЯ КРИТЕРИЕВ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ ГРУЗОВЫХ ПЕРЕВОЗОК НА БАЗЕ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Платонов А. Ю.

Украина, г. Киев, Национальный транспортный университет, аспирант

ARTICLE INFO

Received 26 December 2017
Accepted 25 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

international freight transport,
balanced scorecard,
efficiency,
motor company,
goals,
indicators

© 2018 The Author

ABSTRACT

The necessity of using a system of balanced indicators as a modern tool for ensuring the effective operation of international freight carriers is substantiated. The logic of using the balanced scorecard system is achieved by achieving certain financial results (the "Finance" projection) by taking into account the needs of the target segments (the "Customers" projection), ensuring maximum value for customers with the minimum possible costs (the "Internal business processes" projection) and having a motivated personnel with relevant qualifications (projection "Training and career growth (staff)"). A generalizing strategic goal of the work of road transport enterprises providing international cargo transportation services has been formed. The key strategic sub-goals for the development of road transport enterprises on the projects "finance", "customers", "internal business processes", "training and career growth (personnel)" are highlighted. Indicators for assessing the achievement of the goals set, their measurement units, periodicity and control conditions are detailed. The importance of the use of information technologies for the introduction of a system of balanced indicators in the work of road transport enterprises is disclosed.

Введение. Высокая турбулентность внешней среды и усиление конкуренции обуславливает необходимость использования в практике работы предприятий современных управленческих методик.

Обеспечения эффективной работы субъектов хозяйствования в XXI в. невозможно без комплексности и взаимосвязи всех ключевых бизнес-процессов. Эффективным и современным инструментом управления, в том числе и для организаций, предоставляющих услуги международных автомобильных перевозок, выступает формирование системы сбалансированных показателей (ССП), направленной на реализацию стратегии развития. По сути, практическая реализация ССП направлена на то, чтобы привести в действие стратегию компании (Назарова О. В., 2015).. Экономический инструментарий, основанный на системе сбалансированных показателей, охватывает (как минимум концептуально) все аспекты функционирования предприятия и способствует тому, что все бизнес-процессы в организации направляются на достижение ее стратегических целей (Humphreys K. A., Trotman K. T., 2011).

Целью статью выступает адаптация использования системы сбалансированных показателей для предприятий, работающих в сфере международных грузоперевозок.

Результаты исследования. Наиболее известной из систем сбалансированных показателей является концепция Balanced Scorecard (BSC) Р. Каплана и Д. Нортона (Каплан Р. С., Нортон Д. П., 2014), включающая в себя четыре проекции, посредством которых осуществляется практическая реализация стратегии и видения развития организации - «Финансы», «Клиенты», «Внутренние бизнес-процессы», «Обучение и карьерный рост (персонал)».

Логика применения ССП состоит в том, что успешная реализация стратегической цели базируется на достижении определенных финансовых результатов (проекция «Финансы») за счет учета потребностей целевых сегментов (проекция «Клиенты). В свою очередь, бизнес-процессы предприятия должны быть построены так, чтоб обеспечить максимальную ценность для клиентов с минимально возможными затратами (проекция «Внутренние бизнес-процессы»), а для эффективной реализации бизнес-процессов необходим мотивированный персонал с соответствующей квалификацией (проекция «Обучение и карьерный рост (персонал)»).

Обобщающей стратегической целью работы автотранспортных предприятий (АТП), предоставляющих услуги международных грузоперевозок, может быть выделен рост стоимости бизнеса (усиление позиций на рынке).

В проекции «Финансы» подцелями будут выступать рост доходности работы автотранспортного предприятия и повышение продуктивности труда персонала. Детализация показателей, их единиц измерения, периодичности и условий контроля представлена в табл. 1.

Таблица 1. Детализация проекции «Финансы» в рамках ССП для автотранспортных предприятий, работающих в сфере международных грузоперевозок

Цель	Показатель	Единица измерения	Периодичность и условия контроля
Рост доходности работы АТП	Показатели прибыльности и рентабельности	Денежные единицы или %	Ежемесячно, рост
	Количество заключенных договоров	Ед.	
	Средняя стоимость одной сделки	Денежные единицы	
	Показатели деловой активности, ликвидности, платежеспособности	-	В пределах оптимальных значений
Повышение производительности труда персонала	Прибыль на одного сотрудника	Денежные единицы на 1 сотрудника	Ежемесячно, рост

Источник: разработано автором

Основным способом достижения ключевых показателей в рамках финансовой деятельности выступает активная маркетинговая политика, обеспечение качественной работы с клиентами, переход на эффективные формы поощрения персонала. Стратегическая цель повышения стоимости бизнеса компании (или усиления позиции на рынке) находит свое отражение в финансовой политике АТП, направленной на эффективное использование собственного и заемного капитала, наращивание рентабельности инвестированного капитала от текущих операций, повышение эффективности использования персонала.

Достижение финансовых целей будет базироваться на формирование ценности для клиентов за счет повышения качества работы, увеличения общего количества клиентов и их лояльности. Детализация достижение поставленных целей в отношении работы с клиентами представлена в табл. 2.

Таблица 2. Детализация проекции «Клиенты» в рамках ССП для автотранспортных предприятий, работающих в сфере международных грузоперевозок

Цель	Показатель	Единица измерения	Периодичность и условия контроля
Повышение качества работы с клиентами	Скорость формирования ответов на запросы клиентов	Часов	Ежемесячно, снижение
	Количество рекламаций	Шт.	
	Процент недовольных клиентов	%	
	Время обработки рекламации и ответы клиентам	Часов	
	Процент удовлетворенных клиентов после обработки рекламации	%	Ежемесячно, рост
Увеличение количества клиентов, увеличение лояльности клиентов	Количество клиентов	Шт.	Ежемесячно, рост
	Количество новых привлеченных клиентов	Шт.	
	Количество повторных обращений клиентов	Шт.	Раз в полугодие, увеличение
	Количество новых клиентов, обратившихся по рекомендации уже существующих клиентов	Шт.	
	Доля перевозок по предварительно заключенным договорам в общем объеме перевозок	%	Ежемесячно, рост
	Соблюдение сроков доставки продукции	% доставки в срок	

Источник: разработано автором

Достижения определенной стратегической цели предполагает контроль работы с существующими клиентами (чтобы не допустить их потери), а также привлечения новых клиентов. Повышение лояльности потребителей важно для их удержания, увеличения прибыли и рентабельности предоставления услуг международных грузоперевозок автомобильным транспортом. Стратегические направления деятельности должны быть ориентированы на повышение качества обслуживания клиентов, активизацию маркетинговой и ценовой политики, найм квалифицированного персонала для налаживания взаимосвязей с клиентами (Яремко І. Й., Жигало І. І., Борщук І. В., 2013). Проявлением повышения уровня удовлетворенности клиентов выступает увеличение доли международных грузовых перевозок, выполненных в полном соответствии с заключенными договорами и утвержденными планами перевозок. Эта задача становится одной из приоритетных, учитывая, что снижение удовлетворенности клиентов негативно сказывается на репутации и конкурентоспособности АТП.

Обеспечение качественной работы с клиентами требует повышения эффективности бизнес-процессов, внедрение современных SCM-систем и систем GPS-контроля. Детализация показателей контроля в рамках выделенных целей представлена в табл. 3.

Таблица 3. Детализация проекции «Внутренние бизнес-процессы» в рамках ССП для автотранспортных предприятий, работающих в сфере международных грузоперевозок

Цель	Показатель	Единица измерения	Периодичность и условия контроля
Повышение эффективност и бизнес-процессов	Среднее отклонение фактического времени транспортировки от планового	Часов / дней	Ежемесячно, снижение
	Продолжительность оформления сопроводительных и таможенных документов	Часов	Ежемесячно, соответствие нормативу
	Количество сопроводительных документов для транспортировки с исправлениями	%	Ежемесячно, снижение
	Невыполнение графика транспортировки	%	Ежемесячно, снижение
	Доля договоров на оказание дополнительных сервисных услуг в общем объеме заключенных договоров	%	Ежемесячно, рост
Внедрение SCM-систем и GPS-контроля	Количество автомобилей, на которые установлены системы GPS-контроля	%	Ежемесячно, повышение (оптимально - до 100 %)

Источник: разработано автором

Важным при использовании ССП как источника повышения экономической эффективности международных грузовых перевозок отечественных АТП выступает реализация мероприятий по совершенствованию бизнес-процессов за счет внедрения современных информационных систем (в первую очередь - SCM-систем и GPS-контроля), оптимизация существующих процедур, контроль качества. Информационные технологии позволяют автоматизировать учет операционного цикла международной транспортировки грузов (возможность отслеживать и определять местонахождение транспортных средств в любой момент времени).

Основой обеспечения совершенствования организации международных грузовых перевозок автомобильным транспортом выступает увеличение инновационного потенциала и наличие квалифицированного персонала автотранспортных предприятий с высоким уровнем мотивации на достижение результата (табл. 4).

Проблема мотивации и подготовки персонала автотранспортных предприятий для международных грузовых перевозок объективно существует. В жестких условиях конкуренции между перевозчиками необходимо улучшать условия труда (внедрение информационных технологий для офисного персонала, обновление автомобильного парка для водителей и т.д.) и использовать прогрессивные системы стимулирования.

Инновационная деятельность также выступает важным элементом функционирования АТП (обновление автомобильного парка в соответствии с требованиями европейского законодательства по экологичности, организационные инновации в сфере предоставления услуг, внедрения информационных технологий в бизнес-процессы субъектов хозяйствования и т.д.).

Представленные укрупненные показатели по ключевым целям должны быть каскадированы - детализированы для каждого структурного подразделения АТП и для каждого сотрудника (Northcott D., Taulapapa T. M., 2012). Целесообразно, чтобы в определении сбалансированных показателей для структурных подразделений участвовали руководитель подразделения и его

вышестоящий начальник. В формировании ССП для сотрудников должны участвовать руководитель соответствующего структурного подразделения, сам сотрудник и, возможно, его коллеги.

Таблица 4. Детализация проекции «Обучение и карьерный рост (персонал)» в рамках ССП для автотранспортных предприятий, работающих в сфере международных грузоперевозок

Цель	Показатель	Единица измерения	Периодичность и условия контроля
Увеличение уровня внедренных инноваций	Количество внедренных инноваций	Ед.	Ежеквартально, рост
Повышение квалификации персонала	Повышение квалификации сотрудников по категориям (диспетчеры, водители, менеджеры, специалисты по таможенному оформлению и т.д.)	% персонала, прошедшего обучение	Раз в полгода
Повышение уровня лояльности персонала к АТП	Удовлетворенность персонала	%	Раз в полгода
	Выходы на работу во внеурочное время (в случае необходимости)	Количество отказов	Раз в полгода
	Текучесть кадров	Не более 5 % в год	Ежегодно

Источник: разработано автором

Кроме того, использование ССП в работе современных автотранспортных предприятий требует оптимизации информационных потоков и повышения эффективности поддержки бизнес-процессов с использованием возможностей корпоративной информационной системы. Для этого могут быть разработаны дополнительные интегрированные модули, в которых будут отражены показатели ССП персонально для каждого структурного подразделения (Сендзюк М. А., Науменко І. В., 2014). Например, менеджером по работе с клиентами в течение недели фиксируется информация об оформленных документах на транспортировку, оформлении документов, количестве документов с ошибками или исправлениями и т.д. По результатам недели системой автоматически формируется отчет о степени достижения месячных целевых показателей, установленных ССП, и сотрудник может составить план на следующую неделю - на каких направлениях ему необходимо сосредоточить внимание, какие показатели необходимо повысить, а какие должны быть снижены.

Выводы. Повышение эффективности работы предприятий, оказывающих услуги в сфере международных грузоперевозок, возможно за счет применения современного управленческого инструментария, а именно системы сбалансированных показателей. Логика ССП предусматривает, что автотранспортным предприятиям необходим персонал (проекция «Обучение и развитие»), предоставляющий качественные услуги по организации международных грузоперевозок (проекция «Внутренние бизнес-процесс»), что приведет к удовлетворенности клиентов (проекция «Клиенты») и АТП достигнет стратегических финансовых целей (проекция «Финансы»). Для обеспечения работоспособности ССП в течение длительного периода, необходимо отслеживать изменения во внешней и внутренней среде организации и своевременно вносить корректировки в систему показателей. Только в этом случае система будет работать на достижение поставленных целей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Каплан, Р. С. Нортон, Д. П. (2014). Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. Москва: ЗАО «Олимп-Бизнес».

2. Назарова, О. В. (2015). Сбалансированная система показателей и ее роль в управлении компанией на современном этапе. Журнал научных и прикладных исследований. Научно-практический журнал. (5). 5-9.

3. Сендзюк, М. А. Науменко, І. В. (2014). Моделі збалансованої системи показників і технологій їх підтримки. Проблеми економіки. (2). 268-273.

4. Яремко, І. Й. Жигало, І. І. Борщук, І. В. (2013). Збалансована система показників – інструментарій в управлінні сучасним підприємством Науковий вісник НЛТУ України. (23.13). 203-210.

5. Northcott, D. Taulapapa, T.M. (2012). Using the Balanced Scorecard to Manage Performance in Public Sector Organizations: Issues and Challenges. International Journal of Public Sector Management. (25). 166-191.

6. Humphreys, K. A. Trotman, K. T. (2011) The balanced scorecard: The effect of strategy information on performance evaluation judgments. Journal of Management Accounting Research. (Т. 23. №. 1). 81-98.

ВЛИЯНИЕ АСИММЕТРИЧНОСТИ ИНФОРМАЦИИ НА РАЗВИТИЕ РЫНКА НЕФТЕПРОДУКТОВ В УКРАИНЕ

д-р наук гос. упр., профессор ***Рябцев Г. Л.***

Украина, Киев, Национальный институт стратегических исследований

ARTICLE INFO

Received 26 December 2017
Accepted 26 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

information asymmetry,
oil products market,
market for "lemons",
market equilibrium,
economic regulation,
public policy making for commodity markets

© 2018 The Author.

ABSTRACT

The article analyzes the influence of information asymmetry on the development of the oil products market in Ukraine. It is shown that the artificial restriction of access to official data on prices, volumes and quality of oil products, the conclusion of informal agreements between the authorities and some market participants, the termination of financing of the state quality control system lead to an increase in the information asymmetry. The negative consequences of the information asymmetry lie in the irrational allocation of resources and the impossibility of establishing market equilibrium. The growth of information asymmetry increases the consumers' distrust of all market participants and policy-making authorities. The protection of the rights of consumers and suppliers should be based on full information about the properties, prices and quality of goods and services. Voluntary initiatives of market participants are an indispensable condition for the existence of a civilized market. If these "rules of the game" are not clearly defined, not only the consumers, but all market participants and the state will suffer.

Постановка проблемы. В настоящее время в Украине отсутствует объективная и понятная информация о свойствах, ценах и качестве нефтепродуктов, реализуемых на топливных рынках страны. Это не позволяет потребителям обоснованно выбирать автозаправочную станцию и марку топлива, которая больше подходит их транспортным средствам. И хотя считается, что от асимметричности информации страдает лишь обманутый покупатель, она наносит не меньший вред и продавцам качественных нефтепродуктов, и самому государству. Росту асимметричности способствуют ограничение доступа к официальным данным о ценах и качестве моторного топлива, неформальные договорённости, существующие между органами исполнительной власти и отдельными субъектами хозяйствования, а также сведённое к минимуму государственное финансирование системы контроля качества нефтепродуктов. Всё это усиливает недоверие потребителей к органам власти и участникам рынка, способствует увеличению продаж низкокачественного топлива и подрывает основы самого рынка.

Анализ последних исследований и публикаций. Существует два типа асимметричности информации – скрытые характеристики и действия (Vickrey, 1997). Первые имеют место, если одна из сторон сделки располагает более полной информацией, чем другая, вторые – когда участник сделки, располагающий более полной информацией, предпринимает действия, которые не могут наблюдаться менее информированным участником.

При этом следует учесть два обстоятельства. Во-первых, скрытые характеристики являются следствием свойств объекта сделки. Качество одних может быть выявлено в момент покупки, других – в процессе потребления. Качество третьих невозможно определить в принципе (например, лекарственных препаратов и косметических средств, для которых затруднительно установить степень соответствия их действительных и заявленных продавцом свойств). Два последних типа объектов сами по себе порождают асимметричность информации. То же можно сказать и об участниках сделки, в рамках которой намерения противостоящей стороны всегда являются скрытыми характеристиками.

Во-вторых, наличие асимметричности создает возможность для злоупотребления информацией, то есть для недобросовестного поведения. Если продавец знает, что установить качество продукта затруднительно, почему бы ему не предлагать менее качественный товар по завышенной цене? Причем для продавца такое поведение будет вполне рациональным.

Ограниченность информации, имеющейся у потребителя, состоит в следующем: он располагает сведениями об ассортименте продукции и знает доли товаров каждого уровня качества, но не в состоянии определить, к какой категории качества относится выбранная им продукция. Иначе говоря, покупатель располагает лишь статистической информацией об имеющемся на рынке товаре (Barkley Rosser Jr., 2003, p. 4). На таких рынках у продавцов

появляется стимул выставлять на продажу товары низкого качества, поскольку высокое качество создает репутацию не конкретному торговцу, а всем продавцам на рынке, к которому относится статистика. В результате не только снижается среднее качество товаров, но сокращается сам рынок (Akerlof, 1970, p. 489).

Целью статьи является установление степени воздействия асимметричности информации на развитие рынка нефтепродуктов в Украине.

Изложение основного материала. Пусть предлагаемый в Украине автомобильный бензин классифицируется всего по двум признакам: с одной стороны, на «премиальный» (Евро-5) и «обычный» (Евро-4); с другой – на качественный (соответствующий нормативным документам) и суррогат. «Премиальный» бензин может быть хорошим, но может оказаться и суррогатом; то же верно и для «обычного» бензина. Приобретая «премиальный» бензин, потребитель не знает, что он покупает – качественное топливо или суррогат. Но ему известно, что с вероятностью P этот бензин окажется хорошим, а с вероятностью $(1 - P)$ – плохим. Вместе с тем, владелец автозаправочной станции или участник оптового рынка лучше разбирается в том, что за нефтепродукты он реализует. Иначе говоря, он может присвоить вероятности новое значение $P_н$, которое точнее первоначального. Таким образом, возникает асимметричность информации, ведь продавец знает о качестве топлива больше, чем покупатель. Но поскольку покупатель не в состоянии отличить качественный бензин от суррогата, их всё равно продают по одной цене.

Понятно, «обычный» бензин не может стоить дороже «премиального» – иначе владельцам суррогата было бы выгодно его продать, а затем за ту же цену купить новый, вероятность которого оказаться качественным будет выше. А раз так, владелец «премиального» бензина оказывается в неблагоприятном положении: он не может продать его не только по истинной, но по ожидаемой стоимости качественного топлива.

Этот вывод можно проиллюстрировать на следующем примере. Предположим, что «премиальный» и «обычный» бензин занимают по половине топливного рынка Украины, то есть наугад взятая партия может с равной вероятностью оказаться как соответствующей нормам Евро-5, так и Евро-4. Разумеется, продавец прекрасно знает, какие нефтепродукты предлагает. Допустим, он субъективно оценивает литр «премиального» бензина в 28 грн, и готов расстаться с ним за любую цену выше этой, а «обычное» топливо в 25 грн. Для покупателя же ценность литра бензина европейского качества составляет 30 грн, тогда как топлива отечественного производства – те же 25 грн/л. При этом владелец заправки и автолюбитель по-разному оценивают полезность литра бензина, поскольку это их субъективные оценки. При предложенном раскладе сделка по продаже топлива за 29 грн/л будет выгодной для обеих сторон, поскольку покупателя устроит любая цена ниже 30, а продавца – выше 28 грн. Но ее заключению мешает асимметричность информации, ведь потребитель не уверен, предлагают ли ему топливо, соответствующее ДСТУ 7687:2015 «Бензины автомобильные Евро. Технические условия». Он рассуждает так: «Полезность моей покупки в денежном эквиваленте составит либо 30, либо 25 грн. Поскольку эти исходы равновероятны, значит, моей ценой станет средняя между ними, то есть 27,50 грн/л». Но и трейдер, зная, что литр бензина у него будут готовы купить всего за 27,50 грн, ни за что не выставит на продажу оцениваемое им в 28 грн/л топливо европейского качества, так как при его реализации он будет терять по 50 коп. на каждом литре.

Если стороны будут руководствоваться изложенной выше логикой, «обычный» бензин будет постепенно вытеснять с рынка топливо европейского качества. Его рынок фактически исчезнет, а вместе с ним исчезнут и те выгоды, которые могли бы получить и автомобилист (готовый купить бензин А-95-Евро5 по 29 грн/л), и трейдер (готовый его по этой цене продать).

Вернемся к рынку, на котором торговля ведется либо честно, либо нечестно, то есть информация о качестве предлагаемого на нем бензина может оказаться как истинной, так и ложной. Задача покупателя заключается в определении уровня качества. Хотя на таком рынке могут присутствовать потенциальные покупатели и продавцы бензина высокого качества в соответствующем диапазоне цен, их будут вытеснять продавцы, желающие продать суррогат и выдающие его за качественный товар. Издержки недобросовестного поведения при этом не ограничиваются суммой, на которую обманут покупатель; в них следует также включить потери, связанные с сужением сферы честного бизнеса.

Недобросовестность представляет собой серьезную проблему. В частности, на топливном рынке предоставление неверной информации о качестве партий нефтепродуктов снижает полезность каждой из них наполовину с вероятностью сокращения количества сделок до нуля. Таким образом, можно напрямую (хоть и теоретически) измерить издержки, порождаемые нечестностью (Riabtsev, 2013).

Отдельному продавцу выгодно обманывать покупателя – именно такова система стимулов, порождаемая асимметричностью информации. Но надо заметить, что и сам продавец

выигрывает крайне мало – постоянно продавая суррогат, он может лишиться доверия потребителей, и его благосостояние тоже упадет.

Ключевое слово здесь – «доверие». От того, насколько удачливо будет общество в его восстановлении, будет зависеть, удастся ли ему избавиться от асимметричности информации. Во всем мире успешное ведение бизнеса основано на доверии. Но в последнее время украинским трейдерам все труднее привлекать потребителя, придерживаясь старой маркетинговой политики. Уже не помогают ни новые программы лояльности, ни стимулирование больших разовых закупок.

Отечественные потребители все сильнее реагирует на негативную информацию о компаниях. Хотя платежеспособность большинства автомобилистов продолжает падать, две трети из них не приобретают нефтепродукты на автозаправочных станциях, которым не доверяют, даже если топливо на них стоит много дешевле. При этом кризис доверия – далеко не украинский феномен (Deloitte Touche Tohmatsu Ltd, 2016).

Формы, в которых проявляется влияние асимметричности информации на рынке нефтепродуктов, многообразны. Обусловленные ею негативные последствия проявляются как в нерациональном распределении ресурсов, так и в невозможности установления рыночного равновесия. В частности, скрытые характеристики дают возможность продавцу дифференцировать товар не путем реального изменения его параметров, а путем их имитации. В настоящее время бензин с одинаковыми эксплуатационными и экологическими характеристиками зачастую продается по разным ценам под разными названиями, что является типичным примером ценовой дискриминации, опирающейся на асимметричность информации.

В ряде случаев асимметричность информации может стать причиной формирования рыночной власти продавцов. Получение информации связано для покупателя с дополнительными затратами. Когда покупатели не осведомлены о величине затрат, связанных с поиском информации, и величине выгод от ее получения, этим может воспользоваться продавец, устанавливая цену на продукт выше равновесной. Типичный пример – более высокие цены на бензин вдоль трасс, в центре крупных городов, в местах, часто посещаемых «бензиновыми» туристами. Конечно, причиной тому – не только асимметричность информации. Но она и играет не последнюю роль. Зачастую достаточно проехать несколько километров, чтобы купить топливо того же качества на 2…5 % дешевле. Но потребитель, не располагающий достоверной ценовой информацией, не станет этого делать, так как не знает, какую выгоду он при этом получит. Местные автомобилисты, зная порядок цен, принимают решение о покупке, соизмеряя дополнительные затраты (расстояние до «нужной» автозаправочной станции) и выгод (разница в ценах). Таким образом, асимметричность информации снижает эффективность ценовой конкуренции.

Однако потери может нести не только потребитель. Скрытые характеристики покупателей часто выступают причиной недополучения прибыли даже для компаний, располагающих значительной рыночной властью. Например, владелец общенациональной сети заправок может получить максимальную прибыль, если установит цены на разные марки бензина в соответствии с предпочтениями потребителей. Но категория платежеспособности, к которой относится каждый конкретный отечественный автомобилист, является для трейдера скрытой характеристикой. Отказ от продаж «обычного» бензина и установление цен с дополнительной поправкой на качество реализуемого «премиального» топлива обеспечит высокий доход с одного литра, но сократит совокупную выручку из-за снижения объемов продаж. В то же время, переход на продажу «обычных» нефтепродуктов по минимально возможным ценам обеспечит увеличение реализации, но приведет к уменьшению дохода с литра бензина.

Но больше всего асимметричность информации вредит продавцам качественного топлива. Они заинтересованы в том, чтобы покупатель мог выделить их предложения из общей массы товаров, реализуемых на рынке. Этого можно достичь разными способами. Проще всего информировать потребителя о качестве товара, объявив об этом, например в рекламе. Но такой шаг одинаково легко сделать не только продавцам, предлагающим бензин европейского качества, но и всем прочим. Из-за этого иногда довольно сложно ответить на вопрос, чего в рекламе больше, информации или дезинформации, правды или обмана. Чтобы информирование потребителя принесло пользу, ему следует продемонстрировать, что у продавца хорошего бензина гораздо больше аргументов, доказывающих высокое качество топлива, чем у его конкурентов. Указанной цели служит репутация участника рынка, основанная на опыте, приобретенном потребителями, и передаваемая от покупателя к покупателю. Решению задачи способствуют также сертификаты соответствия, паспорта качества и другие документы, выдаваемые заслуживающими доверия учреждениями, в частности государственными.

Чтобы уменьшить риск неопределенности и наладить взаимовыгодные отношения между продавцом и покупателем, в мире создан целый ряд общественных институтов. В

соответствии с первым из них продавец принимает на себя все риски, гарантируя покупателю, что качество реализуемого товара соответствует некоторому ожидаемому уровню. Уменьшает неопределенность и практика лицензирования. Еще одним институтом является торговая марка, не только подтверждающая качество, но и предоставляющая потребителю возможность предпринять ответные меры, если качество покупки не оправдает ожиданий (то есть отказаться от дальнейших покупок). Нередко владелец торговой марки распространяет ее и на сопутствующие товары и услуги. Такой ход является еще одной гарантией приобретения качественного товара. Продавец может развивать подчеркнуто солидную (иногда даже излишне) сеть заправочных станций, сигнализируя покупателю: я здесь всерьез и надолго, и не буду рисковать своей репутацией ради копеечной прибыли. Существенно облегчило процесс обмена информацией появление Интернета, позволяющего быстро узнать ожидаемые характеристики товара и/или репутацию его продавца. Важную роль играют и общества потребителей, средства массовой информации, органы власти, сами участники рынка, активно рекламирующие свою продукцию.

Средствам массовой информации и институтам гражданского общества, защищающим интересы потребителей, необходимо стимулировать участников рынка к добровольному раскрытию как можно большего объёма данных:

- о марках нефтепродуктов и видах услуг, предлагаемых на заправках;
- о потребительских свойствах всех марок нефтепродуктов и их отличиях;
- о наличных и безналичных ценах на все марки нефтепродуктов и все услуги, реализуемые на заправках;
- об изменениях наличных и безналичных цен на все марки нефтепродуктов и все услуги, предлагаемые на автозаправочных станциях;
- о структуре текущих цен, прогнозах их изменения, тенденциях украинских и мировых цен;
- о паспортах качества и сертификатах соответствия для всех партий нефтепродуктов, которые поступают на заправки;
- о результатах всех лабораторных исследований и экспресс-анализа качества нефтепродуктов, проводимых участниками топливного рынка.

Широкая доступность такой информации ограничит возможность недобросовестных трейдеров манипулировать ею, усложнит введение покупателей в заблуждение в отношении цен, свойств, качества реализуемых товаров, сделает невозможной необъективную рекламу, повысит топливную грамотность автомобилистов, от чего выиграют не только потребители, но все честные предприниматели.

Выводы.

1. Ограничение доступа к официальным данным о ценах, объёмах и качестве нефтепродуктов, заключение неофициальных договоренностей между органами исполнительной власти и отдельными компаниями, работающими на рынке, прекращение финансирования государственной системы контроля качества увеличивают асимметричность информации.
2. Основные негативные последствия асимметричности информации состоят в нерациональном распределении ресурсов и невозможности установления рыночного равновесия. Рост асимметричности информации увеличивает недоверие потребителей ко всем без исключения участникам рынков и органам власти, реализующим государственную политику их развития.
3. Эффективная защита прав потребителей и добросовестных продавцов возможна лишь при наличии полной информации о свойствах, ценах и качестве предлагаемых товаров и услуг. Одним из условий существования цивилизованной торговли является добровольное раскрытие этих данных участниками рынка. Если такие «правила игры» не будут четко определены, пострадает не только потребитель, но все честные предприниматели и государство в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Akerlof, G. A. (1970). The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism. The Quarterly Journal of Economics, 84, 488-500.
2. Barkley Rosser Jr., J. (2003). A Nobel Prize for Asymmetric Information: The Economic Contributions of George Akerlof, Michael Spence, and Joseph Stiglitz. Review of Political Economy, 15 (1), 3-21.
3. Deloitte Touche Tohmatsu Limited (2016). A crisis of confidence. Retrieved from https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/Risk/gx-cm-acoc-surveyreport.pdf.
4. Riabtsev, G. L. (2013). Conceptual bases of public policy development of the market of oil products in Ukraine (Unpublished Doctoral dissertation). The National Academy of Public Administration, office the President of Ukraine, Kyiv, Ukraine.
5. Vickrey, W. S. (1997). Public economics. Cambridge University Press.

IMPACT OF FOOD LABELING ON CONSUMERS BUYING DECISION (GEORGIAN CASE)

D. Sc., Professor ***Nugzar Todua***

Georgia, Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

ARTICLE INFO

Received 27 December 2017
Accepted 26 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

food labeling,
buying decision,
Georgian consumers,
marketing research

© 2018 The Author.

ABSTRACT

Labeling is a universal phenomenon for the characterization of food products. The paper studies the role of food labeling in consumer behavior in Georgian Market. The main focus is on the awareness of consumers about food labeling, which is presented, as the most important issue of social marketing. The current study evaluates the impact of food labeling on consumer buying decision. To determine the attitude of Georgian consumers to food labeling, we conducted a marketing research. The study revealed the strong relationship between interest and awareness about food labeling, as well as among awareness, reliability and satisfaction about food labeling and consumer buying decision.

Introduction. Many factors affecting the changes in the physical, mental and social status of the population. Modern marketing became as social values-driven action, rather than a specific company's customer-oriented strategy (Blair, 1995). Social marketing focuses on the target audience, the long-term demand for the public utility customer behavior command. There are many works and study about successful social marketing campaigns (Donovan, 2011; Evans, 2006; Hastings at al., 2004; Hastings and Haywood, 2008; French and Apfel, 2014; Glanz at al., 2008; Lefebvre, 2013). Social marketing campaigns based on the triangle of social interventions: education, marketing, and law. Social marketing uses education as one of the important tools for increasing awareness of the population Education relies on sending messages to inform or/and persuade the target audience to adopt the desired behavior voluntarily, but does not provide direct or/and immediate benefits. The favourable environment is vital to support and promote behavior change of individuals (Rothschild, 1999). There`s a lack of appreciation among government and private sector, many campaigns often are unable to use social marketing approaches due to not well understanding the importance of the issue. There are many academic publications on the public health topic, social marketing experts have underlined that simply providing nutrition information without helping consumers interpret the information is unlikely to effectively encourage most consumers to make healthier choices (Hieke and Harris, 2016). Social marketing uses traditional marketing instruments to promote healthy attitudes and behaviors (Lee and Kotler, 2011). One of the important factors of changing healthy behavior is increasing awareness and knowledge in food labeling among the general public.

Most of the population in the world use the labels on food packaging to make healthier choices. Labeling provides consumers with information they are entitled to, and as labeling interventions are being pursued, they should be implemented in the most useful and cost-effective manner. Food labeling can help the consumers in the case if they have the knowledge or motivation to use the information, which may or may not be in a format they can understand (Rotfeld, 2009). For improving the healthy choice of the consumer, it is important to get the consumer into the habit of checking the label. It is important to get the consumer into the habit of checking the label. Social marketing interventions and initiatives, that focus on food and nutrition skills not only improve knowledge, competence and attitudes, but may amplify the impact of other policies, such as nutrition labeling, and help to reduce inequalities. Many investigations in this field demonstrated, that successful habit change depended on a deep understanding the target audience. They are influenced by many sectors of society, including families, community organizations, health care providers, faith-based institutions, businesses, government agencies, the media, and schools (Wechsler at al., 2004). Barriers faced consumer in this regard are the following: education level, low awareness of food labeling, low income and time scarcity. The ability to choose prepackaged food based on information obtained on its label requires knowledge and ability to read, understand and interpret information (Naidoo and Wills, 2000; Jacobs at al. 2010).

Georgian National Health Strategy recognizes nutrition, as a priority in public health care issue. It is urgent to provide such public health policy, that has the effect of improving the availability, affordability and acceptability of healthy behavior of the consumers. One of the significant actions in this regard is raising public awareness on food labeling there is a significant progress in terms of food safety and nutrition policy in Georgia (National Nutrition Study in Georgia, 2016; Repila, 2017). However, the country still faces some serious challenges in this field. The majority of the consumers are not satisfied with the food labeling in the local market. It's important to elaborate national food safety strategy and nutrition policy to respond to the current challenges of Georgia. Obviously, implementation of the obligations according the Association Agreement with EU is significant for Georgia, which requires the concerted effort of governments, private sector and civil society for encouraging healthy behavior for wellbeing of the population. It should be noted that the consumer perception regarding social marketing intervention is very positive. After increasing awareness of consumers of food labeling, they pay attention to the quality, design and innovation of food products, as well as promotion strategies such advertising, public relations and sales promotion. Social Marketing interventions will help to elaborate food standards of health products, to create an enabling institutional environment for successful implementation of nutrition policy and healthy behavior change of the consumer.

The challenges of Social Marketing issues were analyzed at the Marketing Department of Tbilisi State University (Apil at al., 2008; Todua, 2012; Todua and Jashi, 2013). Research on the attitude of Georgian consumers to foods was investigated too (Meskhia, 2016; Todua, Babilua and Dochviri, 2013; Todua and Dotchviri, 2015a; Todua and Dotchviri, 2015b; Todua, Gogitidze and Phutkaradze, 2015; Todua, Mghebrishvili and Urotadze, 2016; Mghebrishvili and Urotadze, 2016; Todua, Gogitidze and Phutkaradze, 2017; Todua, 2017). Despite some works undertaken by Georgian scientists on the Social Marketing, it is necessary to conduct a comprehensive research on this issue. The given study about the influence of food labeling on Buying Decision of Georgian consumers will good contributing to improving food labeling, provide education, as well develop policy on food labeling.

Research Methodology. Qualitative and quantitative methods have been chosen for studying and respectively, the study consisted of two steps. At the first step have been choosing the focus group technique for the qualitative survey and hypothesis formulation. In the second step were conducted online and face to face survey respondents through the country. A systematic random sampling method was used. In order survey sample size to be an accurate representative of the total number of Georgian population we employed stratified selection approach. This method assumes division of the entire population sample into a number of homogenous layers (strata), subsequently sampling a prearranged number of units from each stratum, proportionally to its size (Malhotra, 2008). Application of the stratified sampling technique ensures various clusters of population to be represented in the sample in the right proportion. In order to define the right survey sample size we employed formula developed by (Belyaevsky, Kulagina and Korotkov, 1995):

$$n = \frac{t^2 \times \delta^2 \times \mathrm{N}}{t^2 \times \delta^2 + \Delta^2 \times \mathrm{N}}, \quad (1)$$

where: n – stands for sample size, t – value of the t-statistic for a given confidence level and an infinite number of degrees of freedom (df); δ^2 - variance of the control variable in the population; Δ - margin of errors; N – population size.

As for the reliability level, its two dimensions are examined in conducting a marketing research: 95 % or 99 %. We took the 95 % reliable probability, relevantly t = 1.96 (Malhotra, 2008). It is possible to utilize findings from previous researchers to derive the variance of the control variable in a population of interest; however, no consistent historical data is available on the portion of the Georgian consumer's attitude towards food labeling. Therefore, it is recommended to accept the highest conceivable variation that would occur if there were an equal split between pro-labeling (50 %) and anti-labeling (50 %) adoption (Golubkov, 1998). Margin of errors is set to be equal to 3 %. This is a common precision level used in similar studies (Iadov, 1995). Considering the above-mentioned data and the fact that the major part of consumers of food products are people who are over 18 years old, the number of whom according to the State Statistics Department of Georgia is 2784 thousand people in our case it will be:

$$n = \frac{1{,}96^2 x 2500 x\ 2784000}{1{,}96^2 x 2500 + 3^2 x 2784000} = 1066{,}7$$

The study was conducted among 1122 consumers, from the geographical area of Georgia's largest cities: Tbilisi, Kutaisi, Batumi, Sighnaghi, Gori, Zugdidi, Senaki, Martvili, including 401 men and 721 women (see table 1).

Table 1. Sample structure according to age and occupation

AGE	MEN									WOMEN								
	Worker	Specialist	Entrepreneur	Supervisor	Student	Soldier	Unemployed	Pensioner	TOTALLY	Worker	Specialist	Entrepreneur	Supervisor	Student	Unemployed	Pensioner	Housewife	TOTALLY
18-25	66	24	2	10	87	1	17	-	207	120	26	4	16	119	24	1	5	315
26-35	40	23	1	13	1	3	5	-	86	78	34	2	18	2	4	-	5	143
36-45	13	7	6	2	-	2	-	-	30	37	20	4	7	1	3	-	12	84
46-55	15	7	4	5	-	4	4	-	39	47	23	3	8	1	8	1	15	106
56-65	6	6	1	4	-	1	-	3	21	15	6	1	-	-	5	9	6	42
65 >	1	-	-	2	-	-	-	15	18	3	2	-	1	-	-	22	3	31
TOTALLY	141	67	14	36	88	11	26	18	401	300	111	14	50	123	44	33	46	721

Source: own elaboration.

The research tool we chose a questionnaire that consisted of several structured questions. The questionnaire contained information on the consent and confidentiality of the respondent, as well the study explanation and the filling instructions. A five-point Likert scale was employed (Malhotra, 2008). The self-administered survey method was used to avoid errors caused by the subjectivity of the interviewer. Based on this the survey results were analyzed using statistical software SPSS (version 21.0) for windows. Along with research methodology we used variance analysis method – ANOVA (Malhotra, 2008). Numerous hypotheses were formulated, focusing on the relationship between food labeling and buying decision of consumers.

H1: Interest positively impacts on food labeling awareness of consumers;

H2: Awareness about food labeling positively impacts on buying decision of consumers;

H3: Reliability about food labeling positively impacts on buying decision of consumers;

H4: Satisfaction about food labeling positively impacts on buying decision of consumers.

Research Results. Our marketing research made it clear that the majority of surveyed respondents (83 %) is possessed basic information about food labeling. The study reveals, that food labeling increases consumer's interest, awareness and reliability which leads to customer satisfaction, but their level is rather low (See Figure 1). At that, The greater part (51 %) of the respondents hesitates to determine the positive characteristics of food labeling and refrains from answering the question. 19 % of the respondents consider that the positive side of food labeling may be regarded the fact that this product is identified. 15 % of respondents consider that the labeled food product is distinguished by its improved quality and 13 % of them consider that it promotes purchase motivation. The fact that labeling is useful for health is supported by only 2 % of the surveyed respondents. Most of the respondents (50 %) receiving essential information regarding food labeling from internet resources, 27 % - from mass media, 13 % - from relatives and word of mouth, 8 % - from special literature. 3 % of the respondents to do this use different methods.

Conducted analysis of variance in order to verify the hypothesis of interest. One Way ANOVA F-Tests used to understand the interaction between the independent variables and the dependent variables. At first, investigated how the Interest influences on food labeling awareness of consumers. The findings indicate the coefficient of Interest is significant at the 5 % level, meaning

Interest is a significant determinant of consumers` awareness about food labeling (F=8.041, p=0.005). H1 has been supported, thus it indicates that the consumer has more interest, if one is more awareness about food labeling (see Table 2).

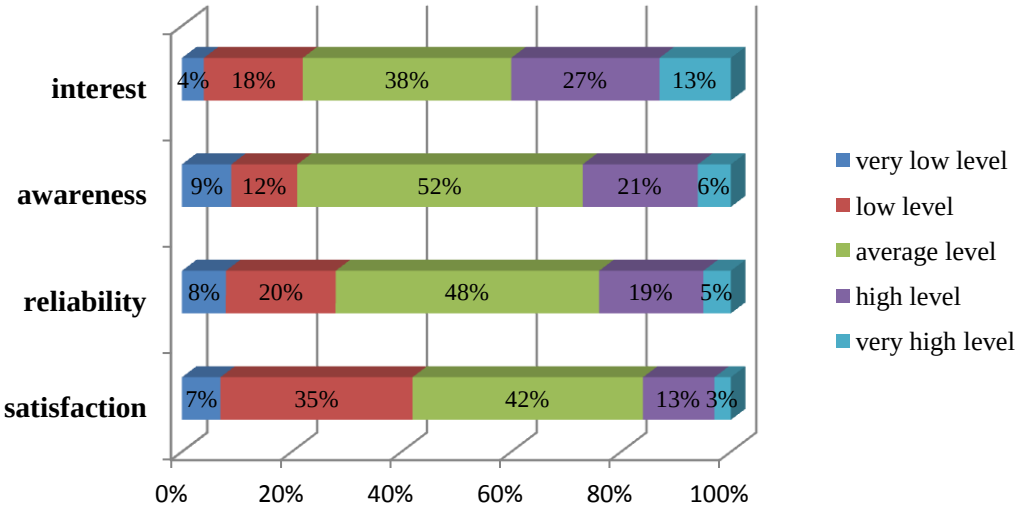


Fig. 1. Consumers` interest, awareness, reliability and satisfaction regarding to food labeling (in %)

Table 2. Impact of interest on food labeling awareness of consumers

Estimated Marginal Means					
Dependent Variable: *food labeling awareness*					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
Interest	2416317.818	1	2416317.818	8.041	.005
Error	288161592.170	959	300481.327		

P<0.05 means that the differences between the groups studied are statistically significant.
Source: own elaboration.

One Way ANOVA F-Test has been used to check awareness level about food labeling impacts on buying decision of consumers (see Table 3). The results suggest that awareness plays an important role in buying decision of consumers (F=7.683, p=0. 000).

Table 3. Impact of food labeling awareness on buying decision of consumers

Estimated Marginal Means					
Dependent Variable: *buying decision*					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
Awareness	16159212.544	7	2308458.935	7.683	.000
Error	288161592.170	959	300481.327		

P<0.05 means that the differences between the groups studied are statistically significant.
Source: own elaboration.

In order to test the third hypothesis employed ANOVA. The ANOVA test illustrates that reliability about food labeling is an important factor with regards to buying decision of consumers. F-test = 9.631 (p=0.000) is significant at the 5 % level. Consumer`s reliability about food labeling influence on the buying decision of consumers (see Table 4).

Table 4. Impact of reliability about food labeling on buying decision of consumers

Estimated Marginal Means					
Dependent Variable: *buying decision*					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
Reliability	14.651	3	4.884	9.631	.000
Error	543.101	1071	.507		

P<0.05 means that the differences between the groups studied are statistically significant.
Source: own elaboration.

Analysis of the relationship between satisfaction about food labeling and the consumer buying decision revealed that the relationship is significant at the5 % level. Based on F-statistics (F=4.429, p=0. 001) the H4 hypothesis is supported satisfaction about food labeling influence on buying decision of consumers. This relationship could be confirmed (see Table 5).

Table 5. Impact of satisfaction about food labeling on the consumer buying decision

Estimated Marginal Means					
Dependent Variable: *buying decision*					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	p
Satisfaction	13.477	6	2.246	4.429	0.001
Error	543.101	1071	.507		

P<0.05 means that the differences between the groups studied are statistically significant.
Source: own elaboration.

Conclusions. The study explores the significance of consumers' interest, awareness, and reliability and satisfaction level of food labeling. Also shown consumer ability to interpret food labeling information while making purchasing decisions regarding to food products. This study found, that consumers have a certain view about food labeling and most of the Georgian consumers are aware of the importance of food labeling. From the study, it has become obvious that, in general, the Georgian consumers' attitude to labeling is positive, but their level of food labeling awareness is rather low.

On the basis of the study, it is established that the level of consumer awareness about food labeling is greatly influenced by information sources. Most of the respondents receiving essential information regarding to food labeling from internet resources, relatively fewer respondents get information from special literature, mass media and word of mouth.

According to consumers, main requirement of labeling is that the information in it should be presented clearly. In turn, awareness effects on consumers perception about the importance of labeling. Labeling helps Georgian consumers in making a buying decision of food products. Research shows that there is a close relationship between interest and awareness about food labeling, as well as among awareness, reliability and satisfaction about food labeling and consumer buying decision.

Acknowledgment. The paper based on the project "Influence of Food Labeling on Changing Consumer Behavior (in the context of the association of Georgia with the European Union)" conducted at the Marketing Department of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University.

REFERENCES

1. Apil, A. R., Kaynak, E., and Todua, N. (2008). Georgian consumers' evaluation of products sourced from a geographically close proximity country. Journal of Euromarketing, 17(3-4), 199-218.
2. Belyaevsky, I., Kulagina, G., and Korotkov, A. (1995). Statistics of goods and services market. Finance and Statistics, Moscow.
3. Blair, J. E. (1995). Social marketing: consumer focused health promotion. AAOHN Journal, 43(10), 527-531.
4. Donovan, R. J. (2011). The role for marketing in public health change programs. Australian review of public affairs, 10(1), 23-40.
5. Evans, W. D. (2006). How social marketing works in health care. BMJ: British Medical Journal, 332(7551), 1207.
6. French, J., and Apfel, F. (2014). Social marketing guide for public health program managers and practitioners. technical report, ECDC, Stockholm.
7. Glanz, K., Rimer, B., and Viswanath, Th. (2008). Health behavior and health education: theory, research and practice, 4th Ed., John Wiley & Sons, San Francisco.
8. Golubkov, E. P. (1998). Marketing Research: theory, methodology and practice. Marketing and Management in Russia and abroad. Finpress, Moscow.
9. Hastings, G., and Haywood, A. (1991). Social marketing and communication in health promotion. Health Promotion International, 6(2), 135-145.
10. Hastings, G., Stead, M., and Webb, J. (2004). Fear appeals in social marketing: Strategic and ethical reasons for concern. Psychology & Marketing, 21(11), 961-986.
11. Hieke, S., and Harris, J. L. (2016). Nutrition information and front-of-pack labelling: issues in effectiveness. Public health nutrition, 19(12), 2103.
12. Iadov, B. (1995). Sociological research: methodology, program, methods, science. Science, Moscow.

13. Jacobs, S.A., de Beer, H., and Larney, M. (2011). Adult consumers' understanding and use of information on food labels: a study among consumers living in the Potchefstroom and Klerksdorp regions, South Africa. Public health nutrition, 14(3), 510-522.
14. Jashi, C., and Todua, N. (2013). Behavior change through social marketing (Georgian case). In Abstract Book of World Social Marketing Conference, Toronto (pp. 95-97).
15. Lee, N., and Kotler, P. (2011). Social marketing: influencing behavior for good, 4th Ed., Sage, Los Angeles.
16. Lefebvre, R. C. (2013). Social marketing and social change: Strategies and tools for improving health, well-being, and the environment. John Wiley & Sons, San Francisco.
17. Malhotra, N. K. (2008). Marketing research: An applied orientation, 5/e. Pearson Education India.
18. Meskhia, I. E. (2016). Food security problems in post Soviet Georgia. Annals of Agrarian Science, 14(2), 46-51.
19. Mghebrishvili, B., and Urotadze, E. (2016). Characteristics of Food Products Labeling in Georgia. In Proceedings of International Scientific Symposium "Economics, Business & Finance", Jurmala (pp. 135-138).
20. Naidoo, J., and Wills, J. (2000). Health promotion: foundations for practice. Elsevier Health Sciences.
21. National Nutrition Study in Georgia (2016). OXFAM, Georgia.
22. Repila, J. (2017). South Caucasus Food Security Learning Summary: How to support national influencing using a multi-stakeholder approach.
23. Rotfeld, H. J. (2009). Health information consumers can't or don't want to use. Journal of Consumer Affairs, 43(2), 373-377.
24. Rothschild, M. L. (1999). Carrots, sticks, and promises: A conceptual framework for the management of public health and social issue behaviors. The Journal of Marketing, 24-37.
25. Todua, N. and Dotchviri, T. (2015). On the Marketing Research of consumer prices and inflation process. British Journal of Marketing Studies, 3(2), 48-57.
26. Todua, N. (2012). Georgia's Agrifood Market Development Trends Based on Application of Social Marketing. In Proceedings of International Scientific-Practical Conference "National Economies and Globalization", Paata Gugushvili Institute of Economics of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University (pp. 205-211).
27. Todua, N. (2017). Influence of Food Labeling Awereness on healthy behavior of Georgian Consumers. Ecoforum Journal, *6*(2).
28. Todua, N. (2017). Perceptions of Georgian Consumers about Healthy Nutrition. International Journal of Innovative Technologies in Economy, (5), 11-15.
29. Todua, N. (2017). The Impact of Globalization on the Attitude of Georgian Consumers to Healthy Nutrition. In The 2nd International Scientific Conference "Challenges of Globalization in Economics and Business",Tbilisi (pp. 203-211).
30. Todua, N., and Dotchviri, T. (2015). Anova in Marketing Research of Consumer Behavior of Different Categories in Georgian Market. Annals of the "Constantin Brâncusi" University of Târgu Jiu, Economy Series, (1), 183-190.
31. Todua, N., and Gogitidze, T. (2017). Marketing Research of Attitudes Towards Genetically Modified Crops by Georgian Farmers. Annals of'Constantin Brancusi'University of Targu-Jiu. Economy Series, (1), 69-76.
32. Todua, N., Babilua, P., and Dochviri, T. (2013). On the Multiple Linear Regression in Marketing Research. Bulletin of the Georgian National Academy of Sciences, 7(3), 135-139.
33. Todua, N., Gogitidze,T., and Phutkaradze, B. (2017). Georgian Farmers' Attitudes Towards Genetically Modified Crops. Economics World, 5(4), 362-369.
34. Todua, N., Gogitidze, T., and Phutkaradze, J. (2015). Georgian consumer attitudes towards genetically modified products. International Journal of Management and Economics, 46(1), 120-133.
35. Todua, N., Mghebrishvili, B., and Urotadze, E. (2016). Main aspects of formation of legal environment on the Georgian food market. In Proceedings of International Scientific-Practical Conference "Challenges of Globalization in Economics and Business". Universal, Tbilisi (pp. 250-256).
36. Wechsler, H., McKenna, M. L., Lee, S. M., and Dietz, W. H. (2004). Role of schools in preventing childhood obesity. The State Education Standard, 5(2), 4-12.

INDUSTRIAL PARKS AS A MECHANISM OF ATTRACTING INVESTMENTS IN THE REGIONS OF RUSSIA

Doctor of Economics, Professor ***Burtseva T. A.***

Russian Federation, Kaluga, Kaluga State University named by K. E. Tsiolkovsky, Department of management

ARTICLE INFO

Received 28 December 2017
Accepted 26 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

industrial park,
investment policy of the region,
regional effectiveness of creation of industrial parks

© 2018 The Author.

ABSTRACT

This article is devoted to a research of experience of creation of industrial parks in Russian regions. Conclusions are drawn:
1. To attract foreign investors to the regions of Russia, a unified development program and a single approach that is understandable to foreign investors is needed. This approach was the standard technology of creating industrial parks.
2. We need to understand that we need those investments that will bring high technologies to Russia. Just the opening of foreign productions, which will crush the domestic market with their goods, is not effective for the development of the country and its regions.
3. It is recommended to create an effective mechanism for regulating the investment process in the regions of Russia, ensuring the maximum positive return on investment for the process of their social and economic development and protection of public interests.

Introduction. According to the UN, are listed in the "world investment Report" for 2015 Russia is among the countries with the greatest inflow of foreign direct investment (FDI). However, due to the destabilization of the political situation in the world, which led to the imposition of economic sanctions against Russia, the volume of attracted FDI decreased by 70 %, Russia has moved from 5th place to 16th place in the ranking of countries by FDI [1]. Many Russian experts believe that the sanctions had a positive impact on the Russian economy, as imports decreased (by 1 % in 2015 in real terms, according to Rosstat [2]), which led to the growth of their own production. However, the Russian economy is not able to grow as fast as falling imports, so there is a decline in GDP, but the pace is slowing from 2.8 percent in 2015, to 0.2 % in 2016 in real terms [2]. It should also be noted that, despite considerable by Russian standards, direct investments in a wide range of industrial sectors, the main purpose of transnational corporations (TNCs) investing in Russia, were not investing in production, and a breakthrough on the Russian market with the products manufactured by TNCs in third countries. Investments are realized primarily in the sphere of circulation. This practice is a global trend, according to estimates by UNCTAD (United Nations conference on trade and development) low efficiency of realization of investment policy measures in the world, taken in 2010-2014, confirms the fact that only a small fraction (about 8 %) related to countries ' sustainable development (infrastructure, health, education, mitigation of climate change). UNCTAD experts believe that countries should intensify their efforts to promote the direction of more significant investments in sectors of special importance for their sustainable development, for example, manufacturing and services. Russia invests in the manufacturing industry is less than 15 % (27 % on average in the world), the service is less than 64 % (the world average estimated by UNCTAD).

Thus, the necessary approbation of the new mechanism of attracting foreign investments in the Russian economy, which provides:

1. The scale of the projects for the priority industries of the regional economy, providing economic growth;

2. The attraction of foreign technologies and ensuring the infrastructural development of the regions. This article investigated the experience of creating industrial parks in the regions of Russia as a new for the Russian economy mechanism, attracting investment.

Industrial parks and their organization and management. Industrial (industrial) Park is managed by a specialized management company of a complex of objects of immovable property consisting of land plot (plots) with the production, administrative, storage and other buildings, constructions and buildings, provided with engineering and transport infrastructure necessary for the

creation of new industrial production, as well as with the necessary legal regime for the implementation of productive activities [3]. That is, the industrial Park is prepared by the local administration or private investor area in a nonresidential zone, equipped with engineering and transport infrastructure for accommodation of industrial and warehouse facilities and enterprises. Park resident is a company which has leased or purchased in the Park area or land for the construction and operation of facilities within the Park. The intended use of the assets of the region is dominant in the creation of the Park, so its establishment is to provide the first, we formulated the requirement to the process of attracting foreign investment. It is also an important factor is that all industrial parks are located near traffic arteries, have access to customs and logistics terminals.

Industrial parks are of two types:

1. Industrial Park type Greenfield (greenfield): industrial Park, created on previously undeveloped land, as a rule, not provided with engineering and transport infrastructure at the beginning of the project.

2. Industrial Park type brownfield (brownfield): industrial Park, based on previously existing enterprises or production facilities, provided engineering and transport infrastructure in respect of which, as a rule, carried out and/or are being reconstructed and (or) repairs.

Large foreign companies mainly choose the option of Greenfield, as in this case, the system construction of facilities, taking into account all the wishes of the resident and the pre-determined conditions, this type of Park is widespread in Russia (83 % parks) (see Fig. 1).

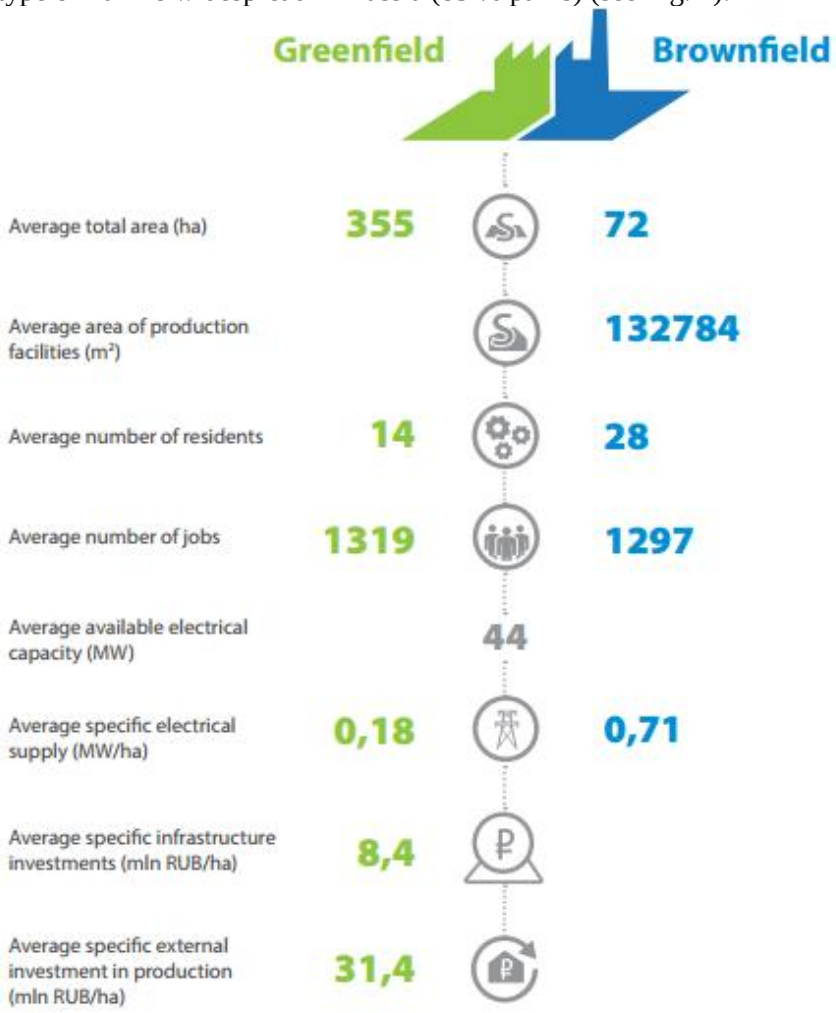


Fig. 1. Average indices of industrial parks of Russia in 2017. [4]

The efficiency of industrial parks in the world is confirmed quantitatively. "In the U.S. there are more than 400 industrial parks in Germany – 200 parks in Turkey – 262 Park, Czech Republic – about 140 in Japan – more than 70 in Poland – more than 60, Slovakia – 34 Costa Rica – 14 parks in Romania – 9. Vietnam created about 200 parks, which accounted for 25 % of GDP and 40 % of the

attracted investment" [7, 79]. Over the last 40-50 years in China created about 400 industrial parks. Experience of creation of parks in different countries have shown that it is as clear as possible, advantageous and therefore sought-after investor product. In the regions of Russia created 427 industrial Park (see Fig. 1), which is comparable with countries such as China and the United States, but their effectiveness is still far from industrial parks in these countries.

Existing in world practice models of management of industrial parks can be divided into three main types [6]:

1. Special model: it infrastructure management company, which provides businesses with not only space to accommodate their production, but also the infrastructure and range of services. This list of services is usually called the management of the industrial Park. Infrastructure managing company can also be the owner of the industrial Park. It can be not related to a particular industry, and a subsidiary of the anchor investor or joint venture of several companies to locate their production facilities in this Park. Services we provide are part of the free market, unless provided for by other rules (e.g., mandatory consumption of residents of certain services).
2. Independent model: independent, often small industrial parks are not managed by a specialized company, and firms to place their production on a single site, will provide all the necessary services or attract to this company.
3. Hybrid model: in some industrial parks are one of the companies who have placed their production, also acts as the management company.

The choice of model is determined by the scale and composition of participants Park in Russia is the first model, as industrial parks are being established with the help of budget funds. According to [5] for 2016 to attract investment in industrial parks of Russia - amounted 549.9 billion rubles, while state support from the Federal budget amounted to 13.9 billion rubles.

The attractiveness of industrial parks for business lies primarily in the possibility to rent industrial, office and warehouse space and to organize production in a much shorter time. In the industrial Park management company takes care of all commitment to providing resident engineering services, electricity, water, heat supply, can provide transport, security and consulting services. In addition, it provides the proper condition of roads and driveways, while a resident enterprise can engage in their main activity - production.

The interest of residents to industrial parks and is also called concentration, and cooperation, complementary industries, making possible the creation of the cluster. Thus is saving on transportation costs and engineering services, that allows to reduce the cost of production.

Thus, the creation of industrial parks gives investors advantages such as:

1. Significant reduction in the time from investment to commencement of production;
2. Low administrative risks;
3. Reducing the cost of products;
4. The extra profit due to tax benefits.

For the regional economy, the creation of industrial parks should result in:

1. Growth of investment attractiveness and investment;
2. The increase in tax revenues;
3. The creation of additional high-performance workplaces;
4. Improving the innovative development of the region.

Also the development of the Institute of industrial parks allows to minimize the risks of complex development of regions and the country as a whole:

1. Involvement in industrial parks, modern production facilities using advanced technologies reduces innovation risks in the region.
2. Involvement in the design, construction and management of industrial parks the companies – international leaders, reduces the commercial and technological risks of the region.
3. The application of mechanisms of public-private partnerships while investing in industrial parks allocates the risks between the state and the private partner – investor.
4. Helps reduce social and personnel risks by means of internships, post-graduate training, publication of instructional, informational and educational materials and programs.

The performance of creating industrial parks in the regions of Russia. In Russia the industrial parks market has already passed the initial stage of its formation and is currently under intensive development. Currently, the growth occurs not so much due to the increase in the number of projects, but because of the implementation of the announced projects and the expansion of successful sites. In addition, the continuing process of improving regional and Federal legislation in this area, fixing the terminology and the mechanisms for providing privileges and subsidies. Increases the level of preparedness of the venues and the security of their infrastructure necessary to start production.

According to the Association of industrial parks [5] for the period from 2013 to 2016 the number of industrial parks in Russia grew by more than 80 %, from 80 to 146. Growth occurs at the expense of existing parks, the amount of which for three years increased more than doubled, from 45 to 92. In turn, the number of the created parks remains stable from year to year and ranges 44 through 56 projects. This confirms the attractiveness of using the review mechanism for the implementation of regional m:

the investment policy. The performance of investment activities of Russian industrial parks are characterized in Fig. 2. According to him, only 18 % of the investments involved in infrastructure projects that speaks about insufficient efficiency of the mechanism used to attract investment for infrastructure development of the regions of Russia.

Most industrial parks are located in the European part of Russia in the Central Federal district and Volga Federal district. Subjects leaders in the implementation of such investment projects are the Moscow region, Tatarstan, the Kaluga and Lipetsk region, the Leningrad region (see Fig. 3).

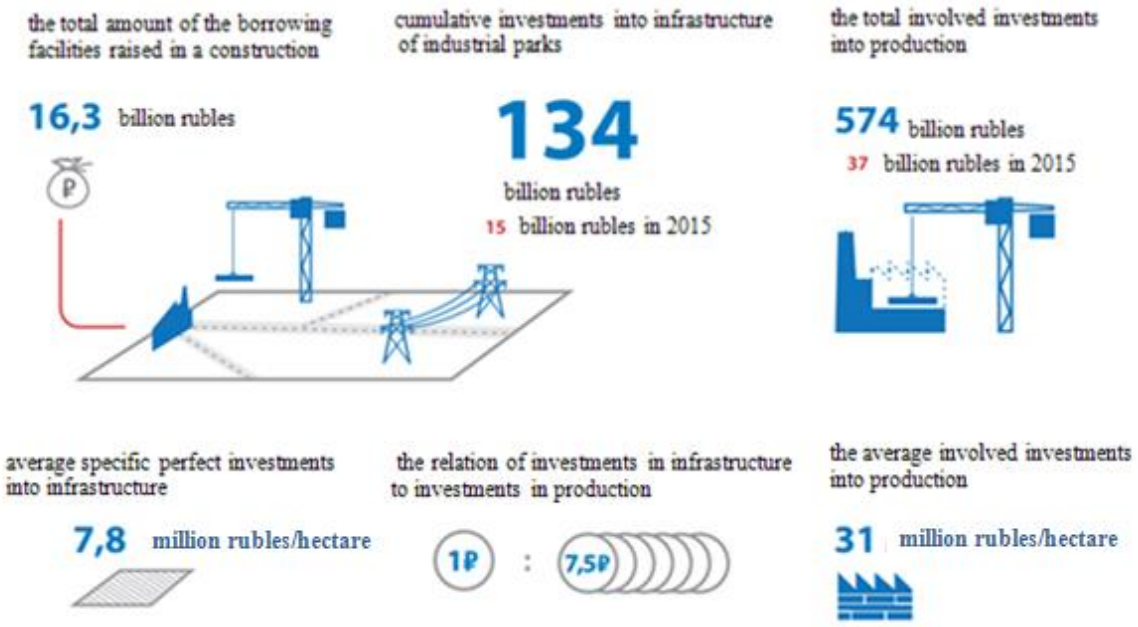


Fig. 2. Indicators of investment activities of Russian industrial parks [5]

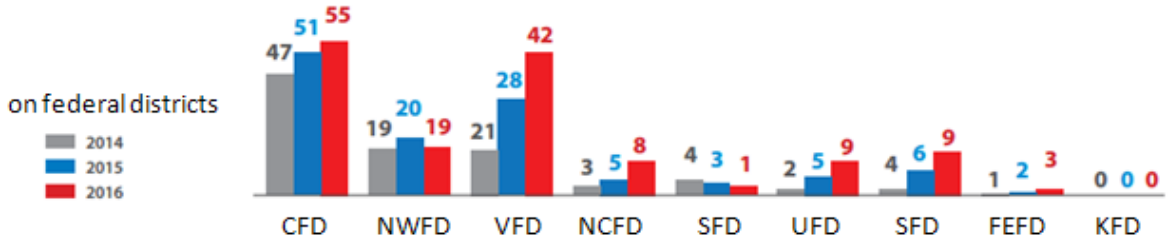


Fig. 3. The geography of Russian industrial parks [5]

Thus, not solved the problem of territorial imbalance in the development of Russian regions.

In Table 1 presents the attractiveness of industrial parks of Russia for foreign investors. 248 foreign companies from 27 countries have localized their production in the industrial parks of regions of Russia, 14 % of all residents, which also indicates a low effectiveness in the use of industrial parks to solve the problem of reducing the level of foreign investment in the Russian economy.

Table 1. Localization of foreign companies in industrial parks of Russia [5]

Countries	Number of the companies
Germany	74
USA	35
Japan	19
Turkey	17
France	14
Italy	11
Finland	10
South Korea	8
China	7
others	43

For 2015 "occupancy" industrial parks amounted to exactly 50 %, compared to 53 % in 2014. The increase of the total area of industrial parks during this period was close to 20 % (see Fig. 1-2). In their report, the Association of industrial parks of Russia identifies two problems that strongly impede the creation of new industrial parks in Russia: an average of 2 million RUB per 1 ha. This is two times less than the specified standard value, it is not surprising that the region's industrial parks lack of residents, on average, 8 one Park, while the average for the regions of Russia and 14 (see Fig. 1). A more detailed analysis is presented in [8]

Conclusions. Contemporary international policy makes all investments very risky, and Russia can be attractive for investment only if the capital will bring a very high income. As practice shows potentially Russia and its regions have the opportunity to raise capital in the manufacturing industry, and in agriculture and in many other areas, but we need a unified program of development and a common approach, understandable to foreign investors. This approach has become standard technology of creation of industrial parks, but you have to understand that we need those investments, which will bring Russian high technology. Just the opening of the foreign proceedings, which will crush domestic market for its goods, is not effective for the development of the country and its regions. It is necessary not only to create a mechanism of attracting investments, but effective control mechanism for maximum positive return on investment for process development and minimize associated risks by ensuring the protection of the public interest.

The research was carried out with the financial support of the Russian Foundation for Basic Research and the Government of the Kaluga region (№ 17-12-40003a (p) "Influence of the results of financial and economic activity of enterprises of the commercial sector of the economy of an investment-attractive region on the achievement of the goals of its social and economic development (for the example of the Kaluga region) ")."

REFERENCES

1. [Electronic resource]. URL: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2015overview_ru; http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2016_en.pdf;

2. The official website of the Federal service of state statistics of Russia. [Electronic resource]. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b15_56/Main.htm;

3. National standard GOST R 56301 – 2014 "Industrial parks" address: www.indparks.ru/certification/NationalStandard/;

4. The Association of Industrial Parks (official site), sector review "Industrial parks of Russia»// URL: http://www.indparks.ru/upload/medialibrary/c16/AIP_2017_Engl_A5_WEB.compressed_.pdf (26.11.2017);

5. The Association of Industrial Parks (official site), sector review "Industrial parks of Russia", edition 4, 2016, http://www.indparks.ru/ (26.10.2016);

6. Innovation management: Theory and practice: proc. allowance. / Vertakova Yu. V., Simonenko E. S. - M.: Eksmo 2008,. P. 127.;

7. About Belenov. N., Shurchkov Y. V., Smolyaninov, Y. T. Industrial parks in Russia and abroad: experience of establishment and development// Modern economy: problems and solutions. 2014. No. 7. P. 78-92. URL: https://meps.econ.vsu.ru/meps/article/viewFile/1125/897.

8. Burceva T. A., Savel'ev A. A. Effectiveness of creation of industrial parks in the regions of Russia // Regional economy and management: an electronic scientific journal. ISSN 1999-2645. - №1 (49). Number of article: 4922. Date of publication: 2017-02-18. Access mode: http://eee-region.ru/article/4922/

INVESTMENT FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE AGRARIAN SECTOR

Doctor of Economic sciences, Professor ***Anatoliy Chupis,***
post-graduate student ***Yuriy Kucherenko***

Ukraine, Sumy, Sumy National Agrarian University, Department of Finance

ARTICLE INFO

Received 29 December 2017
Accepted 26 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

Investment for Sustainable Development of the Agrarian Sector,
agrarian business, investment activities,
investment appeal,
making investments (investing),
public investment priorities,
rapid economic growth

ABSTRACT

Theoretical, methodological and practical aspects of the investment trends in the agrarian business to ensure sustainable development of the agrarian sphere have been studied. Essence of the concept "investment appeal" has been justified and the environmental impact on investment appeal of enterprise has been defined. The relationship between investment appeal and investment potential as economic categories, features of investment attraction in the agrarian business as well as investment mechanisms to ensure sustainable development of the agrarian sector have been analyzed.

© 2018 The Authors.

Introduction. The successful development of the agro-industrial complex of Ukraine is possible only under full activity of the totality of interrelated economic mechanisms. The absence or improper functioning of at least one link in the mechanism of the economic system motion is accompanied by negative macroeconomic changes, deformations in production relations, productive forces, etc.

The volume of public investments in agricultural development is still limited, their share is only 2.3 % of the total investment in fixed assets. Investment resources of producers should be fixed, that is not less than 2/3 of the total volume of investment from all funding sources. It is estimated that from 100 UAH of commercial products 10 % should be used for investment in fixed assets.

Internal sources of investment financing are insufficient for expanded reproduction, which is significantly associated with multi-sectoral disparities in economic relations. The material and technical base of agricultural enterprises is worn by 80-90 %. Limited funds allocated from the state budget are used inefficiently. So far mechanisms of state credit support for long-term investment projects have not been developed. Mechanisms of simple reproduction of fixed capital have been violated.

Research Goals, Tasks, Objects and Methods. *Goal of the research* is to draw up scientifically grounded proposals for the development of investment appeal of agro-industry to promote sustainable development of the agrarian sector. Implementation of this goal is associated with the solution to the following tasks:

– find out the features and trends of investment in agro-industry, investment mechanisms to ensure sustainable development of the agrarian sector;

– define the essence of the concept "investment appeal" and identify the impact of the environment on the investment appeal of enterprise;

– justify the relationship between investment appeal and investment potential as economic categories.

Object of the research is investment provision of agro-industry under the sustainable development of the agrarian sector.

The following methods were used in the research: analytical, statistical, normative, formalization, observation, etc.

Investment Provision Mechanisms for Sustainable Development of the Agrarian Sector. The current stage of the Ukrainian economy development provides for a fundamental change in the investment policy at both macro and microeconomic levels to ensure more effective functioning of the economy as a whole and in the agrarian sector in particular. That is why there is a need for further theoretical analysis of the main categories associated with investment.

Creation of the effective mechanism of investment provision for the sustainable development of the Ukrainian agrarian sector will give a fillip to the investment processes in agriculture (Figure 1).

Under globalization and European integration, along with the social and economic aspects of the functioning of agro-industrial complex, financial aspects of investment management are of theoretical and practical importance for Ukraine in order to increase investment appeal of agro-industrial complex and promote investment activity in the country and the region on the basis of internal and external investment sources mobilization.

Therefore, in order to stimulate investment in agriculture it is essential to restore direct support of public investment priorities in this area. With this purpose one should clarify these priorities taking into account the limited budget funds for these goals, introduce a new mechanism of direct support on the basis of sectoral and special-purpose investment programs, as well as strengthen the role of the executive bodies and local authorities to support mechanisms for attracting investment resources in agriculture from other sectors of the national economy.

In the near future it is essential: to create a public register of foreign investors and a database of potential investment targets; to prepare and introduce the procedure of the development and implementation of state sectoral and special-purpose investment programs in the agrarian sphere to implement national priorities; to develop an automated information system to ensure the efficient search of partners in the sphere of investment, a proper regime of advisory service on law, finance, credit and insurance issues; to simplify the registration procedure associated with the design of the constituent documents, as well as to conclude agreements with partner countries on mutual investment protection and avoidance of double taxation; to expand opportunities for participation of foreign investors in the privatization of the agrarian sector; to develop and adopt procedure of reimbursement of losses to foreign investors, including lost profit and moral damage, caused as a result of wrongful acts or omissions of public authorities and their officials [Katan 2016, p. 27].

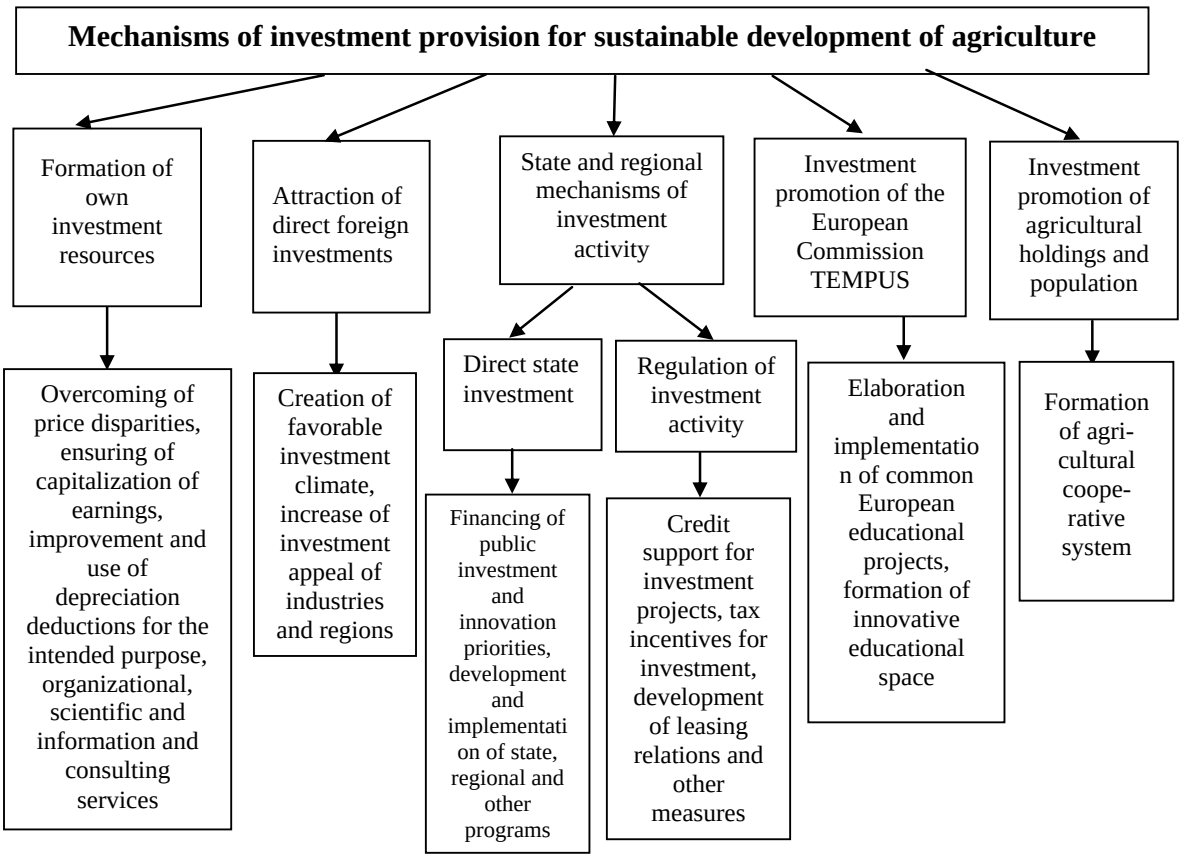


Fig. 1. Mechanisms of Investment Provision of Agro-Industrial Complex
Source: Authors' presentation

Under current conditions investment is an important part of the development of the national economy and the economy as a whole. Attraction of investments provides scientific and technological progress, rapid economic growth, increase of economic activity of the country, region, enterprise and others.

Regarding the internationalization of investment process, ignorance of international requirements and standards, as well as lack of exact immediate information on specific investment object from the side of potential investor, its investment appeal in particular prevent from realizing the concrete business ideas [Katan 2012, p. 23].

In the Ukrainian literature investment activity is often defined as 'a set of measures and actions of individuals and legal entities that invest their own funds (in material, financial or other property form) in order to make a profit' [Sadekov 2011, p. 38; Stalinskaya 2014, p. 89].

However, the authors do not consider that any activity is possible on the basis of communication. V. G. Fedorenko qualifies investment activity as a 'process of making investments (investing), as well as a set of practical actions on realization of investments' [Fedorenko 2013, p. 321]. V. M. Heyets and B. A. Karpinsky have the same opinion on the definition of investment [Heyets 2014, p. 145; Karpinsky 2011, p. 141].

N. O. Tatarenko and A. M. Poruchnik give more extended and refined definition of investment activity, which includes 'a coherent, purposeful activity that lies in the capitalization of property, development and use of investment resources, regulation of the investment processes and international flow of investment and investment products, contribution to appropriate investment climate, and has the purpose to gain profit or specific social effect' [Tatarenko 2012, p. 223].

But we consider L. M. Tymoshenko's approach to be the most approximate to the reality in which the author distinguishes two phases of the investment activity and defines it as "making investments (investing) and a set of practical actions on their implementation [Katan 2016, p. 24]. First, the pre-accumulated resources are converted into investments (costs), that is, into objects of investment activity; and then in the production process these investments generate capital gains, describing the realization of investments. This capital gain, in turn, leads to a new consumer value and income or other effect from investment. One of these two phases in investment activity is distinguished by P. Mass, the representative of the Austrian school of 'marginal utility'. He defines investment as 'an act of investing...', that lies in 'the exchange of today's needs satisfaction with expectations of them in the future with the help of the invested goods'.

In our opinion, in whatever conditions and forms human activity is, whatever structure it takes, it cannot be considered as excluded from social relations. Therefore, we believe that the interpretation of investment activity should be based on the essence of the category 'investment', combining in one degree or another, the productive forces and social relations.

Conclusions Environmental Impact on the Investment Appeal of an Enterprise. Investment and investment appeal are integral components of the capital reproduction process. At the very wide range of use of the term 'investment appeal' in investing activities until recently it has not given a single interpretation.

In a broad sense investment appeal is a fair quantitative and qualitative characteristics of the external and internal environment of potential investment object [Katan 2012, p. 24].

Although the level of investment appeal largely influences the decision making process of both investor and the person who requires investment, some scientists-economists offer to consider investment appeal combined with the efficiency of investments and investment activities: 'investment efficiency determines investment appeal and investment appeal in its turn determines investment activities'. As the level of investment efficiency when making investment decisions is crucial for the investor, and the volume of investment and the conditions on which they are provided are very important for the person who seeks to attract them, we can conclude that the investment appeal is the result of the coordination of the participants` interests in the investment process.

Thus, the efficiency of investments should be considered as business income of entity that tends to attract capital. In particular, it includes risk premium and entrepreneurial talent. The efficiency of investment activity is business income of investor. The main differences between these two concepts is that investor is interested in maximum augmentation of its own capital funds at the lowest risk, mainly in the short term (the longer the investment project implementation period, the higher the investor risk). In turn, the person tending to attract investments, first of all, considers them in the long-term. For this person the investment project implementation is just one of the measures to improve competitiveness and resource efficiency. Therefore, to a large extent, the controversial status of the concept 'investment appeal' is explained by the fact that each participant of the investment process interprets and understands investment appeal in his own way. Other complexity of the analysis of investment appeal is associated with the definition and analysis of the environmental factors that may affect the level of investment appeal. As it is known, the investor makes investment in a specific investment project which is implemented at a specific enterprise. Thus, the financial indicators of the business plan of the project as well as the results of the analysis of financial and economic processes at the enterprise are inseparable for the investor and have the greatest importance in the investment appeal evaluation [Katan 2012, p. 22]. For this reason, these figures are considered by the majority of

financial experts and scientists as the core that forms the investment appeal of enterprise. However, one should not forget that enterprise is the business entity of both a particular state and the world, that is, it is somehow reacts to the political and economic situation in the region, the territory where it operates; performance of the industry, which it represents, the power and dynamism of the market, that sells its products or services. It is important for the investor that the high appeal should be ensured at all stages of the investment decision-making: from the choice of the recipient country to determination of the specific investment project and vice versa (Figure 1).

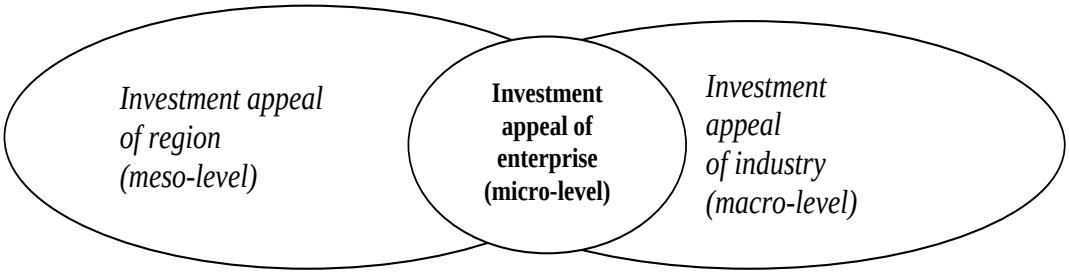


Fig. 2. Environmental Impact on the Investment Appeal of Enterprise
Source: Authors' presentation

In this regard, most of the researchers believe that investment appeal should be considered as a multilevel system. That is, from this perspective, investment appeal is a combination of subjective and objective conditions that facilitate or impede the investment process at the macro-, meso - and micro levels of the economy.

In many cases the concept 'investment appeal' is used by specialists without definition of the essence [Yastremskay 2009, p. 81], some of them give complex and ambiguous interpretation of this term. The term 'investment appeal' is widely used in the legislation of Ukraine, but its determination is not fixed in any legal document. There are some publications in which investment appeal is associated with the project cost [Ivanov 2015, p. 87]. Other experts understand investment appeal as 'reasonable accurate diagnosis of risk and potential return on investment' [Ivanov 2015, p. 92]. In the international terminology investment appeal in each particular case refers to a set of indicators on the basis of which series of increase are formed [Mayo 2014, p. 384]. In our view, this definition does not reflect the economic essence of this concept, because in this wording it only describes a method by which level of investment appeal is measured. The Belarusian scientists N.A. Rusak and V.A. Rusak give brief and clear definition, according to which investment appeal of the object (of the country, region, industry or enterprise) is the feasibility of investing of surplus funds in it [Rusnak 2007, p. 211].

We believe 'investment appeal' of enterprise is its ability to attract the respective volume and quality of investment resources, the capacity for simple and expanded reproduction to ensure sustainable development of production under a socially oriented market economy.

Relationship of Investment Appeal and Investment Potential. The three interrelated components, such as investment activity, investment appeal and investment potential are involved in the formation and intensification of investment activity (Figure 1).

These three specific substances of the investment activity are interdependent, because among them there is a cause and effect link: on one hand – a high level of investment activity is the result of positive investment appeal, and on the other hand – Investment appeal is formed under the influence of investment activity, as well as the interdependence between the investment activity and investment potential.

Interestingly, in the present conditions existence of such a connection is recognized by a relatively large group of scientists only by axis 'investment activity – investment appeal' [Tymoshenko 2015, p. 487]. As to the axis "investment activity – investment potential', the investment potential somehow is believed to be sub-product of investment appeal.

But as with the result of the investor activity, bottom line is a search for subject with the need for investment, which is documented investment appeal, and in fact – investment potential formed and provided for being used [Zatonatska 2016, p. 39].

Investment appeal and investment potential are the original forms of the interaction between investment interest and investment needs. Given that the investment needs and investment interest are interconnected in a conflict (the desire to reap significant profits with minimal investment, the intention to attract relatively cheap investments), it is the interaction between the investment appeal and investment potential that reveals the internal mechanism of investment activities, which provides investment interest and investment needs with the driving function in production development [Katan 2016, p.25].

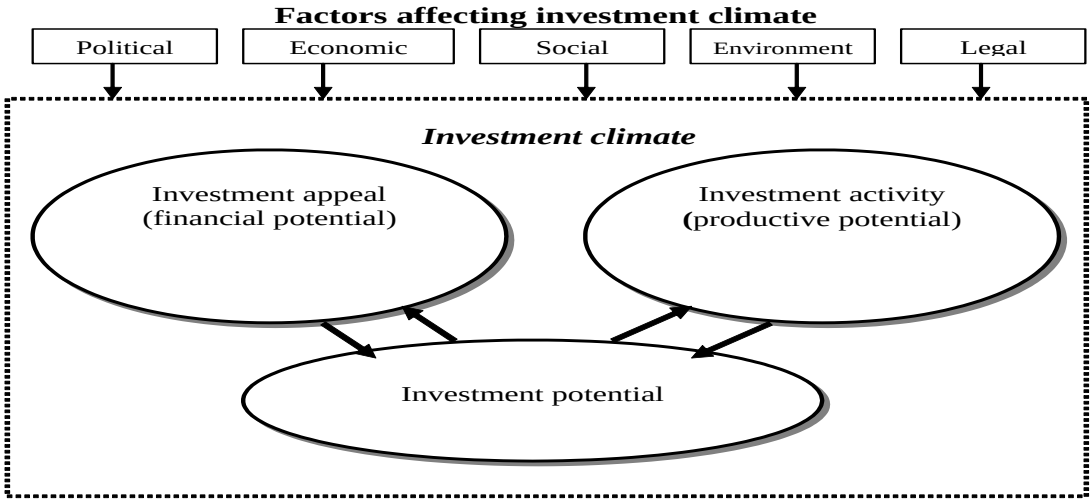


Fig. 3. The relationship of Investment Appeal and Investment Potential
Source: Authors' presentation

Conclusions. Investment appeal and investment potential at the stage of the formation and development of investment activity of the parties – participants of investment activity – are performed not only as an intermediate result, but the stimulus.

Investment activity as well as investment appeal is the object of research of many scientists. For sustainable development of production in terms of socially oriented economy the interpretation of investment activity should be based on the essence of the category 'investment', combining in one degree or another, the productive forces and social relations. The economic essence of the concept 'investment appeal of enterprise' should reflect its ability to attract the respective volume and quality of investment resources, the capacity for simple and expanded reproduction.

REFERENCES

1. Fedorenko V. H.: Investment science. International Academy of Personnel Management, Kyiv 2013, 480 p.
2. Heyets V. M.: Instability and economic growth. Institute of Economic projection, Kyiv 2014, 344 p.
3. Ivanov G. P.: Crisis Management: from bankruptcy to financial recovery. Law and Rights (UNITY), Moscow 2015, 135 p.
4. Karpinsky B. A.: Investment climate in Ukraine. Finance of Ukraine, №7, 2011, pp. 139-149.
5. Katan L. I., Khoryshko K. S.: Evaluation of investment appeal of enterprise. Investment: Practice and Experience, №15, 2010, pp. 22-24.
6. Katan L. I. Financial aspects of foreign investment. Economics and Management., №2-3, 2016, pp. 26-30.
7. Katan L. I., Khoryshko K. S.: Investment appeal and activity of the enterprise. Economic space: Collection of scientific works, PSAAC, Dnepropetrovsk, №3, 2011, pp. 23-28
8. Mayo I.: Investments: On Introduction. The Dryden Press. New York 2014, 453 p.
9. Rusnak N. A., Rusnak V. A.: Financial analysis of business entities: reference book. High School, Minsk 2007, 309 p.
10. Sadekov A., Lysovan.: Investment appeal of enterprises (methodology and methods of assessment). DonetskSUET, Donetsk 2011, 270 p.
11. Stalinskaya Y. V.: Synergetic approach to the assessment of investment appeal of enterprises. Economic Cybernetics. International Journal, №1-2, 2014, pp.84-90.
12. Tatarenko N. O., Poruchnyk A. M.: Theory of Investment. Kyiv National Economic University, Kyiv 2012, 345 p.
13. Tymoshenko L. M.: Investments and investing in the socialization of the economy of Ukraine: theory, methodology, prospects. Porogy, Dnipropetrovsk 2015, 509 p.
14. Yastremskay O. M.: Investment in Regional Economy. Finance of Ukraine, №4, 2009, pp. 80-85.
15. Zatonatska T. H., Osetsky V. L.: Increase in investment potential of the national economy. Finance of Ukraine, №7, 2016, pp. 38-49.

COLLABORATION OF INTERNATIONAL FINANCIAL INSTITUTIONS WITH POST-CONFLICT COUNTRIES

PhD in Economics ***Polchanov A. Yu.***

Ukraine, Zhytomyr, Zhytomyr State Technological University

ARTICLE INFO

Received 30 December 2017
Accepted 26 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

war conflict,
international financial institutions,
post-conflict renewal,
theory of plays

© 2018 The Author.

ABSTRACT

The article is dedicated to the role of international financial institutions in overcoming the consequences of war actions. The author studies the evolution of the role of international financial institutions in the post-conflict renewal during the second half of XX century and at the beginning of XXI century; the author also reveals the change of its key emphasis in the cold war period and after the war end.

The article determines the main negative consequences in the activity of international financial institutions on the issue of overcoming the consequences of war conflicts that are the following: increasing the debtor's sovereign loading, the priority support of the branches, which are the most interesting for foreign investors, the interference in inner policy, the contribution to corruption, and in some cases, the worsening of ecological situation in post-conflict countries. A special attention is paid to the issue of odious debt and the practice of refusal of debtor's obligations of previous regimes in a post-conflict period.

The article deals with the conflict of interests of international financial institutions and the management of the countries suffered from war actions concerning the mobilization of inner resources and providing external financial support from the position of the theory of plays, that makes it possible to reveal the reasons of the slow post-conflict renewal.

Introduction. Nowadays, the appearance of the most influential international financial institutions, such as the International Monetary Fund and the International Bank of Reconstruction and Development, was caused by the necessity of renewal of national economies after the World War II consequences. The foundations of the new future world financial system were established at the Bretton-Wood conference in July 1944, that is, it took place more than over a year before the actual end of the biggest war conflict in the known history of humanity. This fact confirms the importance of the preparation to the renewal actions and preliminary assessment of the losses caused before the complete end of the war conflict.

Generally, the network of international financial organizations extended with new institutions characterized with the different specificity of activities, amount of participants, and regional directions, and the role of these institutions increased in the post-conflict renewal in comparison with the midst of the previous century – all this happened during more than over seventy years.

The topicality of the role of international financial institutions in overcoming the economic consequences of war conflicts is caused by the complicated economic, war, and political situation that took place in Ukraine after the beginning of the war actions in 2014.

Analysis of the recent researches and publications. The issue of supporting international financial institutions was researched by a great number of publications, in particular, the works of Stephan Klingebiel [18], James K. Boyce [6], Kristen Boon [5], Irfan Nooruddin та Thomas E. Flores [14], Shepard Forman [7], and also the studies of the World Bank Group, the International Monetary Fund and other international organizations.

Simultaneously, the Ukrainian academic research environment, dealing with the study of collaboration of the states with international financial institutions, as a rule, did not pay attention to the needs of the post-conflict renewal, that is why, the current issue is still far from a considerable scientific interest.

The purpose of the article is to determine the role of international financial institutions in the post-war renewal.

Principal research results. According to the analysis of the works dedicated to the activities of international financial institutions, their evolution in the post-conflict renewal field as well as from

the second part of the XX century to the beginning of the XXI century can be shown in the following way (table1).

Table 1. Evolution of role of international financial institutions in post-war renewal from the second part of the XX century to the beginning of the XXI century

№ з/п	Characteristic	Cold war period		After cold war end	
		1945-1950s	1960-1990s	1990s	since 2000s
1	Emphasis in post-conflict renewal: - *political and legal system* - *economy* - *security and defense* - *social sphere*	 + +	 + +	 + + +	 + + + +
2	Post-conflict countries	Germany, Japan, western European countries	South Korea, Vietnam, countries of Africa and Asia	Croatia, Serbia, Macedonia, Bosnia and Herzegovina	Georgia, Angola, Iraq, Near East countries
3	Level of economic development in post-conflict countries	high	low	middle	Low and middle
4	Key international financial institutions	WB Group[1]	WB Group, regionalFI[3]	WBGroup, IMF[2], regionalFI	WBGroup, IMF, regionalFI

Note. 1. – World Bank Group, 2. –International Monetary Fund, 3. – regionalfinancial institutions.
Reference: author's development is based on [10, 11, 17, 19]

To support the countries, which overcome the consequences of war conflicts, in addition to the already mentioned the World Bank Group and International Monetary Fund, regional financial institutions (established later) join (namely, the Islamic Development Bank, the International Bank of Economic Collaboration, the European Bank for Reconstruction and Development and others) and their influence is increasing around the world. It is necessary to mention that we did not pay any attention to the activity of the Bank of International Settlements because after the World War II the International Bank for Reconstruction and Development together with the International Monetary Fund began fulfilling a part of its functions.

Some researchers consider that [6, p 2; 14, p. 3] the most success in assisting the post-conflict renewal reached the World Bank Group, where the International Bank for Reconstruction and Development is a main body. The head of the Group Robert B. Zoellick emphasized on the understanding of a new meaning of the word "reconstruction" in the Bank name in the «World Development Report 2011: Conflict, Security, and Development» [24] – after overcoming the principal economic consequences of the World War II, the bank activity changed into assistance to promote the development, specially, of the biggest countries, and was concentrated on the infrastructure objects (high roads, electricity transmission networks, etc.); only after the American and Soviet opposition was over in the 90s of the previous century, the post-conflict renewal returned the lost priority for the World Bank Group.

Generally, it is necessary to emphasize that the activity of international financial institutions has to be oriented not only in the financial support of post-conflict countries, by the way, nowadays, its expediency arouses doubts (in particular, in the work of Angus Deaton, a Nobel Prizewinner in economics in 2015 [9, p. 306] and the doctor dissertation of Maliha Chishti «Post-conflict Afghanistan: a post-colonial critique» [8, p. 100]). Information and consulting services, active analytical and research work, and educational projects are also significant.

Another problem is the essential debt load of post-conflict countries, which was formed, mainly, because of, so called, «odious debt», it is the term used for the description of state debt obligations received and used by the previous regime not for public purposes, but for its own interests [23]. For example, in 2004 it was necessary to spend the fourth part of all the state incomes for servicing 12 billion US dollars of debt for Mobutu's regime in the Democratic Republic of Congo[6, c. 15].

Historical experience shows the existence of refusal precedents to pay off such debts – in 1844 the USA for the debts of the Independent Republic of Taxes after its joining the federation, in 1918 Bolsheviks for the obligations of tsar's Russia, in 1922 Costa Rica and in 2003 Iraq - for the previous management [12]. The proposals were also advanced to recognize V. F. Yanukovych's

government obligations of 3 billion USD dollars before Russia as such debts [3; 15; 16], at the same time, other creditors of Ukraine and the state obligations different from credits are usually avoided.

Besides, the criticism of the World Bank Group and IMF [20; 21; 22] is connected with the negative impact supported by last projects on environment, the priority of the support of the fields, which are the most interesting for foreign, not national investors, intrusion in inner policy, contribution for corruption in low-developed countries, and also neglecting historical, social, and other peculiarities of economy.

As for the previous position, we see the partial solution of the present problem in the activity of regional financial institutions, which began appearing in the 60s of the last century as a result of strengthening collaboration between the countries with common religious and cultural traditions and increasing the role of developing countries in the world economy.

Taking into account the specificity of organization of regional financial relations we consider the Islamic Development Bank to be the brightest example of such institutions; it was established in 1975 "to promote the economic growth and social progress in Muslim countries" [1], including non-members of the bank, due to financing the various projects according to the bases of Islamic right where the borrowed interest payment is prohibited, the united share in the distribution of profits and risks as well as the ethnicity in the use of financial resources in accordance with the Sharia regulations are provided.

After the cold was over, regional financial institutions extended the geography of their activity. So, the Central Asian countries of the former USSR became the members of the Islamic Development Bank, in particular, during 1997 – 2001 the Republic of Tadzhikistan received over 52 million USA dollars of credits and technical aid necessary for renewal their economy after the civil war end [2, p. 174].

James K. Boyce says [6, p. 9] that the significant contribution to the overcoming of the consequences of the war actions in Guatemala and El Salvador was made by the Inter-American Bank for Development, the Asian Bank for Development contributed to Cambodia and Afghanistan, the European Bank for Reconstruction and Development did it to the Balkan countries. At the same time the principal documents of regional financial institutions do not cover their exact approach to post-conflict situations. Thus, we consider as perspective the appearance of new organizational structures and instruments for supporting the countries suffered from armed conflicts as well as the scientific grounds of such offers.

Generally, the conflict of interests at interaction of post-conflict countries with the World Bank Group, the IMF and other institutions is like a fundamental problem of the theory of plays called «Prisoner's dilemma», which was formulated in the 50s of the previous century by Merrill Flood and Melvin Dresher [13].

In this case the «players» are international financial institutions and the management of the post-conflict country, which have the common task to overcome the consequences of war operations and strengthen peace due to mutually beneficial measures in this field and every player can choose either an active or a passive strategy.

Let us estimate the priority of the possible interaction options for every player from 1 (the best) to 4 (the worst) (fig.1).

		Mobilization of inner resources by country management	
		Active	*Passive*
Support of international financial institutions	*Active*	**2** **2**	**1** **4**
	Passive	**4** **1**	**3** **3**

Fig. 1. Matrix of interaction of international financial institutions and country management
Note. Event assessment by country management is showed above the diagonal, event assessment by international institutions is showed under the diagonal.

So, for international financial institutions, which activity is determined, mainly, by interests of international donors, the best (grade 1) option is when a recipient country uses the mobilization of its own resources and provided outside support will be minimal (lower left angle), this will allow to direct

money to help other countries, to fight with poverty and other statutory goals. The worst scenario (grade 1) will be observed if the suffered country is actively supported and when its management chooses the passive participation in the mobilization of inner resources (upper right angle).

These events will have opposite grades for the country management as the last option will be the best one (grade 1) that will allow to leave unused reserve and finance the future projects, which are fat from international donors' interests, particularly, in the field of national security and defense strengthening (for example, the start or renewal of own nuclear program) or innovation progress in separate brunches of economy (for example, own technologies, the production and sale of new generation vaccines). The situation will differ dramatically (grade4), when the country management mobilizes its own resources and does not receive the expected active support from international financial institutions.

Simultaneously, if the players agree to take into account in their actions the interests of an opposite party, then the active support of international financial institutions combined with the active mobilization of own resources by country management (upper left angle) is optimal (grade 2 for both) for the both players. The worse will be the option (grade 3for both), when the players choose the passive strategy that will mean the slowness of measures for post-conflict renewal (lower right angle).

The content of dilemma is to choose between the active (the grade of possible events is 2 and 4) or passive strategy (the grade of possible events is 1and3) without knowing what exact decision was made by the opposite party. On the assumption that the players will try to minimize their own losses, then they will choose the passive strategies (right lower angle), but this can happen only in a classical «dilemma of an imprisoned».

At the same time, according to the further researches of the current issue was found out that in a case of the play repetition and information accumulation about the previous actions of the opposite party («iterated prisoner's dilemma) [4, p. 57], the players will be ready for mutually beneficial collaboration in a long-run perspective. This provides us with the reasons to presume that the increase in the quantity of such «playing» operations will cause the situation when international financial institutions and country management will be much completely ready to choose the active strategy for their actions. But at the same time, it is necessary to find out how to reach this.

Conclusions. Generally the support of international financial institutions appeared to be very necessary for carrying out successful post-conflict transformations in Croatia, Macedonia, Liberia and other countries, at the same time the impact of these institutions on the post-conflict renewal for overcoming the consequences of war actions is not always positive because it can deepen the problems in the sphere of debtor's security, ensuring the country real sovereignty, taking into account the national specificity of economic relations, etc.

Considering the importance of optimal use of not only external, but aloo internal financial resources of the country it is perspective to examine the mechanism of the influence of international financial institutions on the development of state financial potential in a post-conflict period.

REFERENCES

1. About Islamic Development Bank (n.d.). Retrieved November 6, 2017, from http://www.isdb.org/irj/portal/anonymous?NavigationTarget=navurl://24de0d5f10da906da85e96ac356b7af0

2. Aslamov, A. (2014). The role of international financial and economic institutions in strengthening the economic potential of the Republic of Tajikistan and its integration into the world economy. Bulletin of the Volzhsky University, 1(30), 169-175

3. Aslund, A. (2015). Ukraine should not pay this odious debt to Russia. Retrieved September 13, 2017, from https://www.inopressa.ru/article/09Nov2015/newsweek/ukraine.html

4. Axelrod, R., & Hamilton, W. D. (1981). The evolution of cooperation. science, 211(4489), 1390-1396.

5. Boon, K. (2006). Open for Business: International Financial Institutions, Post-Conflict Economic Reform, and the Rule of Law. NYUJ Int'l L. & Pol., 39, 513.

6. Boyce, J. (2004). The international financial institutions: Postconflict reconstruction and peacebuilding capacities. Center on International Cooperation, New York University, on behalf of the Royal Ministry of Foreign Affairs, Government of Denmark, 8-9.

7. Boyce, J., & Forman, S. (2011). Financing Peace: International and National Resources for Postconflict Countries and Fragile States. Retrieved September 15, 2017, from http://documents.worldbank.org/curated/en/394261468182670144/pdf/620320WP0Finan0BOX03614 75B00PUBLIC0.pdf

8. Chishti, M. (2014). Post-conflict Afghanistan: A post-colonial critique. University of Toronto (Canada).
9. Deaton, A. (2013). The great escape: health, wealth, and the origins of inequality. Princeton University Press.
10. Del Castillo, G. (2008). Economic Reconstruction of War-Torn Countries: The Role of International Financial Institutions. Seton Hall L. Rev., 38, 1265
11. Devarajan, S., & Mottaghi, L. (2017). Middle East and North Africa Economic Monitor, Retrieved September 10, 2017, from http://documents.worldbank.org/curated/en/235401491413228678/The-Economics-of-Post-Conflict-Reconstruction-in-MENA
12. Dovgan D. (2014). How could Ukraine refuse to pay $ 3 billion of Russia's debt, and why did not do it. Retrieved September 1, 2017, from https://zn.ua/finances/odioznyy-dolg-_.html
13. Flood, M. M. (1952). Some experimental games. Retrieved September 10, 2017, from https://www.rand.org/content/dam/rand/pubs/research_memoranda/2008/RM789-1.pdf
14. Flores, T. E., & Nooruddin, I. (2009). Financing the peace: Evaluating World Bank post-conflict assistance programs. The Review of International Organizations, 4(1), 1-27.
15. Gelpern, A. (2014). Ukraine's Odious Bonds: Part I. Retrieved November 15, 2017, from https://piie.com/blogs/realtime-economic-issues-watch/ukraines-odious-bonds-part-i
16. Kalachova, G (2015). Judicial dispute over "Yanukovych's debt": what are the chances for Ukraine. Retrieved September 13, 2017, from http://www.epravda.com.ua/rus/publications/2016/02/22/582444/view_print/undefined/undefined/
17. Kharas, H. (2015). The post-2015 agenda and the evolution of the World Bank Group. Brookings Global Working Paper Series. Retrieved September 13, 2017, from https://www.brookings.edu/wp-content/uploads/2016/07/Kharas-WBG-evolution-and-post2015-agenda-2.pdf
18. Klingebiel, S. (2001). The OECD, World Bank and International Monetary Fund: Development Activities in the Crisis Prevention and Conflict Management Sphere. Unpublished report, German Development Institute, Bonn.
19. Kreimer, A. (1998). The World Bank's experience with post-conflict reconstruction. World Bank Publications. Retrieved September 13, 2017, from http://documents.worldbank.org/curated/en/666021468766536253/pdf/multi-page.pdf
20. Lerrick, A. (2017). Critic of World Bank and IMF eyed for key role at Treasury. Retrieved November 5, 2017, from https://www.ft.com/content/5ce8c390-1306-11e7-80f4-13e067d5072c
21. Redman, J. (2008). Dirty is the new clean: A critique of the World Bank's Strategic Framework for Development and Climate Change. Institute for Policy Studies.
22. Sigutina, M. (n.d). Features of the World Bank's activity in Russia/ Retrieved September 13, 2017, from https://www.hse.ru/data/470/316/1234/sigutina.doc
23. Wickramasinghe, S. (2015). Post-Conflict Economic Reconstruction, Foreign Direct Investment And Odious Debt, International Journal of Management and Applied Science.
24. World Bank (2012). World Development Report 2011 : Conflict, Security, and Development. World Bank. Retrieved September 13, 2017, from https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/4389

E-COMMERCE EVALUATION AND E BUSINESS TRENDS

Candidate of Geographical Science ***Aktymbayeva A. S.,***
Candidate of Geographical Sciences ***Koshkimbayeva U. T.,***
Candidate of Geographical Science ***Zhakupova A. A.,***
M.S. ***Alimgaziyeva N. K.,***
M.S. ***Amir B. M.***

Kazakhstan, Almaty, al-Farabi Kazakh National University

ARTICLE INFO
Received 2 January 2018
Accepted 17 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS
E–Commerce,
ICT,
Business Model,
E –Commerce Metrics,
E – Business

© 2018 The Authors.

ABSTRACT
E-Commerce in recent times has exploded many folds due to the invention of new Information and Communication (ICT) technologies and applications. Business models of today are highly depending upon internet based transaction and trading platforms, use of Web portals and mobile applications. Proposition of new business models sans the inclusion of internet and their application has become almost impossible for business. Business data pertaining to E Commerce has become highly valuable in recent times. Social networking websites, sharing of product data and its reviews in blogs paves ways for promoting business in new methods. There is need to develop metrics to assess the strength of E Commerce penetration in Business and also evaluate the various E Commerce platforms. Use of E business tools for data analysis, prediction and decision making has become the latest order of the day. Changing trends in E business has a drastic impact on the organizations depending upon internet based applications for handling its business processes and day to day transactions.

Intoduction. The impact of information and communication technology on varied areas of the Global economy and current trends in e business is an area of research that could lead to valuable business insights. The adaptation of business models to accommodate the customer‘s needs for providing an internet based business transaction platform is a reality and a compulsion for business as an order of the day. With so much necessity for business houses to include internet based marketing and applications to support one‘s business process and customer expectations, the area of E commerce and it‘s evaluation from a commercial perspective is still under researched.

The survey data from various sources of information is gathered and analyzed in the paper pertaining to internet based surveys, adoption of e commerce, e business trends and technology in order to assess e commerce success. Also the various terminologies and models on E commerce are clarified theoretically for better understanding for future researchers. Today retail organizations are once again seeing a transformation in the way they do business, thanks to Web 2.0.

The internet-or -splinternet‖ as Forrester Research calls it-has exploded. In a study by Oracle, it is found that although e-mail campaigns still represent the most significant portion of the mix, one surprising finding was that 46 percent of the respondents stated that they‘re measuring social channel customer feedback-meaning that nearly half of the respondents monitor and measure comments posted on Twitter, Facebook, and even personal blogs (refer table 1).

Table 1. E – Commerce Analytics Trends

Email Campaign Effectiveness	74 %
Natural / SEO search rankings	70 %
Paid search/SEM effectiveness	61 %
Onsite search effectiveness	56 %
Customized landing page effectiveness	55 %
Social channel customer feedback	46 %
A/B testing	40 %
Cross-sell/up-sell merchandising effectiveness	34 %
Cross-channel program effectiveness	25 %
Loyalty program effectiveness	14 %
Other	1 %

The Research paper starts with an introduction to the topic on Ecommerce evaluation and trends. The objective of the study and research methodology is explained in the initial sections of the paper. The various perceptions on business models clarifies on understanding of business modeling and how Information technology cannot be separated from business modeling in growing globalized business. The term E Business is applied more in generic sense for any application of information technology into business processes and hence it is explained and discussed from the view point of business modeling. Narrowing further into specific area of E commerce the research paper discusses on the E commerce metrics and elaborates on considerations of factors for evaluating E commerce platforms and applications. The top 10 trends in shaping the future of E commerce and the trends in E business evidenced in the later part of the paper serve as an eye opener for IT managers and e - tailers.

Research methodology. The study is qualitative and descriptive in nature and most of the data is based on secondary sources of survey data. Such an approach is adopted in the study as the area of research is very broad and sources of data are also spread across multiple locations. To arrive at a conclusive idea of the larger picture on E- Business trends, analyzing the existing survey data would give a better result in finding the answers to the research question framed.

Business models and information technology. In today‘s fast paced business environment there are varied perceptions on Business model and its definitions.

According to Applegate, Business model is a description of a complex business that enables study of its structure, the relationships among structural elements, and how it will respond to the real world. Business model is a description of the logic of a ―business system‖ for creating value that lies behind the actual processes. And with growing use of Information technology for creating a competitive edge in business, even the definition of business model can include the idea of use of e commerce for Business modeling.

According to Osterwalder & Pigneur (2002), Business model is a description of the value a company offers to one or several segments of customers and the architecture of the firm and its network of partners for creating, marketing and delivering this value and relationship capital, in order to generate profitable and sustainable revenues streams. Shaffer, Smith and Linder (2005) uncovered twelve definitions published from 1998 to 2002, and they developed an affinity diagram to identify four major categories common to all or most definitions: strategic choices, creating value, capturing value and the value network.

A great deal of research has been directed towards classifying business models and grouping them into specific categories. The business models belonging to the same category usually share some common characteristics, such as the same pricing policy or the same customer relationship model (Pateli and Giaglis, 2003). Hayes el. al (2005) by combining the work of Ticoll et al. (1998), Timmers (1999), and Kaplan and Sawhney (2000) proposed that electronic business models could be classified according to how they exhibit varying degrees of economic control, value chain integration, functional integration, business innovation and technical innovation. They developed the prerequisites framework for assisting decision makers assess the suitability of electronic business models during the intelligence phase of the decision making process and not in other phases. The basis of their prerequisites model is shown in Table 2. This framework hypothesizes that a particular business model is more likely to succeed in a particular industrial sector when the characteristics of the sector match the conditions required for the model.

Table 2. Characteristics of E-Business Models (Hayes,J., & Finnegan,P., 2005)

Business model	Economic Control	Functional Integration	Supply chain Integration	Innovation	Sourcing
E-shop	Low	Low	Low	Low	Systematic
E-mall	Low	Medium	Low	Medium	Systematic
E-procurement	Medium	Medium	Medium	Medium	Systematic
E-auction	Low	Medium	Medium	Medium	Spot/systematic
Information brokerage	Low	Low	Low	High	Not applicable
Trust services	Low	Low	Low	Medi um	Not applicable
3rd party marketplace	High	High	High	High	Spot/systematic
E-hubs	High	High	High	High	Spot/systematic
Virtual communities	Medium	Medium	High	High	Not applicable
Value-chain integrators	High	High	High	High	Not applicable
Value-chain service providers	Low	Medium	Medium	High	Not applicable
Collaboration platforms	Low	High	High	High	Not applicable

E – commerce. In its broadest sense, the term e-business is usually understood as the application of information technologies (IT) into a business process. Despite various terminological problems, the notion of e-business extends the more narrow understanding expressed with the term ―e-commerce‖ (Turban et al., 2004). E-business has often been studied from the technical (information and communication technology) (Pastuszak, 2003), organizational, managerial (Pastuszak, 2004) or legislative aspects, while there are fewer studies that deal with the economic aspects and with the corresponding evaluation.

A very useful representation of needs for e-commerce metrics as related to the three areas of the S shaped path for the diffusion of new technologies is presented in Figure 1. The idea is that there is a life cycle for research needs which follows the pattern of growth of e-commerce markets: at an initial stage there is need for information on the enabling factors and barriers to e-commerce; at a more mature stage one should look for the intensity of e-commerce use to enable policy makers to address imbalances; at a later stage one would be able to measure the impact of e-commerce on the economy and society. The three broad areas for indicators are:

1. E-commerce readiness - Included here are issues of preparing the technical, commercial and social infrastructures that are necessary to support e-commerce. It is essential for each country to be able to construct a statistical picture of the state of readiness of each infrastructure element to engage with e-commerce.
2. E-commerce intensity - These issues relate to the state of e-commerce usage, volume, value and nature of the transactions. The statistical requirement is to profile who is exploiting e-commerce possibilities and who is not, and to identify leading sectors and applications.
3. E-commerce impact - These issues relate to additionality (i.e. e-commerce goes beyond substitution effects and creates new value added) and multiplier effects. Statistics are needed to evaluate whether and to what extent e-commerce makes some kind of difference in terms of efficiency and/or the creation of new sources of wealth.

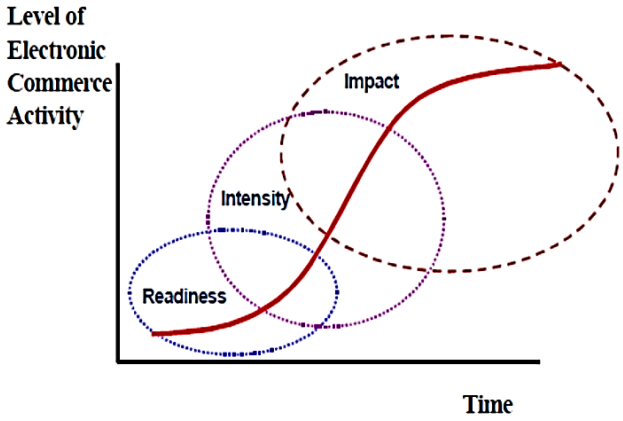


Fig. 1. Level of E – Commerce

The degree of e-commerce readiness should encompass indicators that reflect the country‘s socio-economic and technological infrastructure and usage. Particularly important are indicators that express the potential for e-commerce readiness, i.e. the propensity of individuals or businesses or governments to transact or more generally to carry out businesses electronically (e.g. indicators of credit card use, indicators of the barriers or the perceived benefits to e-commerce). The e-intensity indicators would give information on the size, growth and nature of the electronic commerce transactions/business.

It is important to know for what component of transaction e- commerce is used (e.g. information gathering, sale, purchase, payment) or in what business function; who are the actors involved in the transaction/business and what their socio-demographic characteristics are; what are the products and services involved, whether the transaction is domestic, international, urban or rural. The impact indicators would focus on the additionality and multiplier effects of e-commerce, the impacts on production processes and business models, on the workplace and more generally on society.

Based on the lines of e commerce metrics as defined, the real status of ecommerce metrics in the member countries of Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), was presented and compared by Alessandra Colecchia (2000). In the figure 2, the darker shade indicates availability across all OECD countries; the lighter shade indicates availability across a limited number of countries (more than three); no shade indicates a very limited availability (one to three countries).

Selecting the right e-commerce application for the long term can be a difficult exercise. It‘s not easy to base a decision on both current requirements and a vague, undetermined set of future needs that have not yet even hit the planning stages. The difference between e-commerce application capabilities can spell the difference between an e-commerce site‘s success and failure. The white paper by Oracle (2011) offers 10 considerations to help guide the selection criteria for the next e- commerce platform—which should be the last e-commerce platform anyone ever needs to buy (table 3).

Table 3. The Top 10 Technical Considerations for Evaluating E-Commerce Platforms

S. N o	Factor	What is the Factor?
1	Scalability	Will the site perform efficiently through traffic peaks and valleys?
2	The Product Catalog	Will today‘s catalog schema meet tomorrow‘s demands?
3	Business User Control	Will my application directly empower my merchandisers, marketing managers, and other business owners?
4	Search	How easily can customers find what they want, and how easily can I promote the products I want to push based on customer searches?
5	Agility	How easily can I implement business requests to monitor and respond to an individual Web visitor‘s behavior?
6	Reporting and Analytics	Do I have all the features I need to understand my online business? (How does the site capture and store both historic and behavioral data?)
7	Standards	Is the application built on a standards-based platform?
8	Integration	How easily can the application integrate with my other systems?
9	Interoperability	Does the application function within a service-oriented architecture?
10	Synergy	Will the application support business models beyond B2C e-commerce?

In November 2011, Endeca (acquired by Oracle in February 2012) conducted the Trends for 2012 in Business to Consumer (B2C) Commerce survey to help businesses gain actionable insight into the evolving nature of e-commerce.

Results. As an alternative strategy adopted to reach the small businesses, some Information and Communication Technology (ICT) layers offer the software on demand through online access. While the road to Internet-based Software as a Service (SAAS) was a bumpy one in the early days, online services have become a credible – and often desirable – alternative to packaged software. SAAS layers are thriving in multiple market segments, from the Small and Medium Business (SMB) segment to the large enterprise sector, and in almost every application category.

As Internet-based computing becomes viable for an increasing array of individual and business requirements, customers can focus more on getting the functionality and outcomes they need from the application, and less on the underlying operating system, middleware and infrastructure requirements. The trend for the SAAS industry development is for growth, as top players such as Microsoft, Google, IBM and salesforce.com battle to build SAAS systems. At the same time, new SAAS players and solutions will continue to emerge, and the likelihood of any one player dominating this landscape is very low.

Open source software is currently more widely in use on the server than on the desktop. In the domain of webservers, open source software is clearly the market leader. According to Netcraft_s survey (2012), the open source webserver Apache had 61.45 % market share (Microsoft IIS had 14.62 %). In 2004, the total market share of Linux on the PC market was estimated by IDC to be around 5 %, projected to reach around 7 % in 2008 (37) (which would mean it would overtake the market share of Mac OS which is around 6 %). However, Linux is much stronger in use on servers than desktops, estimations for its market share in the server segment are as high as around 30 %, also it_s the most popular operating system to be installed on newly bought or installed servers.

For mail servers, the research done by Falko Timme (2004) shows a market share of popular open source mail servers such as Sendmail or Exim of around 50 % (refer Figure 5). The market share of Microsoft_s browser has been declining ever since 2004 (Thecounter, 2007), and it_s currently around 71 % while Mozilla Firefox has now around 12 % market share (39) and continues growing significantly. The market for office suites is still dominated by Microsoft Office, but Open Office is getting increasingly popular, particularly with SMEs.

The Top Ten E-Business Trends for the 21st Century. The top ten trends in E – Business was proposed by Globalfuturist (2004). E-business will become a critical competitive strategy that will revolutionize the global economy.

– Companies will learn to manage customers' relationships by virtually serving their needs "24 × 7"-24 hours a day, 7 days a week.

– E-business that enables customers to personalize and customize products or services will flourish.

– Using the Net to find new customers and to better target customer preferences will be a standard practice.

– Producing, marketing, and distributing products or services online will be a cost-effective strategy for business.

– Learning to develop and serve online communities with niche interests will be essential to building customer loyalty.

– E-business models that provide greater choice for customers will change the traditional economics of supply and demand.

– Ready access to the Net from multiple gateways-cable TV, satellite, wireless telephones, and other devices-will greatly expand e-business opportunities.

– Highly efficient e-business virtual supply chains will intimately link manufacturers and producers directly to customers.

– E-business will reach over one billion people and generate more than $2 trillion in revenues worldwide by 2005.

REFERENCES

1. Alessandra Colecchia (2000). Defining and measuring Electronic Commerce - Towards the development of an OECD methodology, Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Accessed from: http://www.singstat.gov.sg/statsres/conferences/eco mmerce/d8.pdf

2. Applegate, L. M. (2001). E-business Models: Making sense of the Internet business landscape, In G.Dickson, W. Gary, and G. DeSanctis (Eds.), Information Technology and the future enterprise: New models for managers, Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.

3. Auer, C. & Follack, M. (2002).Using Action Research for Gaining Competitive Advantage out of the Internet's Impact on Existing Business Models, In the Proceedings of the 15th Bled Electronic Commerce Conference – eReality: Constructing the eEconomy, Bled, Slovenia, June 17 – 19, pp.767-784., 2002.

4. Falko Timme (2004). Mail Server Survey. Accessed from: http://www.falkotimme.com/projects/survey_smtp. php

5. Forrester Research. (2010). "The Splinternet: Preparing for an Internet Fragmented by Devices and Passwords," January 26, 2010; www.forrester.com/rb/Research/splinternet/q/id/56 303/t/2

6. Hayes, J. & Finnegan, P. (2005). ―Assessing the of Potential of e-Business Models: Towards a Framework for Assisting Decision-Makers,‖ European Journal of Operations Research, (160), 365-379.

7. Globalfuturist (2004). Top ten E Business trends. Accessed from: http://www.globalfuturist.com/about-igf/top-ten-tre nds/top-ten-ebusiness-trends-for-the-21st-century.ht ml

8. IDC (2004). Linux market overview. Accessed from: http://pascal.case.unibz.it/retrieve/1281/linux_mark et_overview.pdf

9. Kaplan, S., Sawhney, M. (2000). E-hubs: The new B2B marketplaces. Harvard Business Review (May–June), 97– 103.

10. Michael Piastro (2010). The top 10 trends shaping the future of ecommerce. Accessed from: http://www.imediaconnection.com/content/27969.a sp

11. Netcraft (2012). Market Share for Top Servers Across All Domains August 1995 - July 2012 - July 2012 Web Server Survey. Accessed from: http://news.netcraft.com/archives/2007/04/02/april_ 2007_web_server_survey.html

12. Oracle (2011). The Top 10 Technical Considerations for Evaluating E-Commerce Platforms. Oracle White Paper. March 2011. Accessed from: http://www.oracle.com/us/products/applications/atg /top-10-considerations-ecommerce-333324.pdf

13. Oracle. (2012). E-Commerce Analytics Trends for 2012. An Oracle White Paper February 2012, pp.3-4. Accessed from: http://www.oracle.com/us/products/applications/ web-commerce/ecommerce-analytics-trends-2012 -1504948.pdf

14. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2002). An eBusiness Model Ontology for Modeling eBusiness, In the Proceedings of the 15th Bled Electronic Commerce Conference – eReality: Constructing the eEconomy, Bled, Slovenia, June 17 – 19, 2002, pp. 75-91.

15. Pastuszak, Z. (2003), ―E-commerce customer service in Polish computer stores‖, Proceedings of the Second IASTED International Conference on Communications, Internet and Information Technology, ACTA Press, Scottsdale/Phoenix, AZ, pp. 54-60.

ECONOMETRIC MODEL OF CORPORATION INCOME

[1]***Alexandra Baburina,***
[2]*Doctor of Economics, Associate Professor* ***Tatyana Burtseva***

Russia, Obninsk, National Research Nuclear University "MEPhI" (NNIU MEPhI) Obninsk Institute of Nuclear Power Engineering (IATE),
[1]The degree of "bachelor";
[2]Associate Professor of the Department of Economics, Economic and Mathematical Methods and Informatics

ARTICLE INFO
Received 3 January 2018
Accepted 18 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS
corporation revenue,
corporation revenue factors,
econometric models,
stocks,
exchange market corporation capitalization

ABSTRACT
the article describes the econometric model of corporation income that was based on the statistics of relevant information of exchange markets and on the financial statements of the companies. The result was revealed the dependence of corporation revenue by indicators such as their market capitalization. The work presents recommendations for maximizing the corporation revenue that was based on the above indicators.

© 2018 The Authors.

Introduction. Any corporation sets many goals. One of them is profits increasing. Such a trend can be achieved in three ways: by reducing costs (other things being equal), by increasing the income (also other things being equal), or by fulfilling the first and second conditions simultaneously. This article examines aspects of increasing the income of the corporation as one of the possible ways to increase its profitability. Since the market capitalization of a corporation reflects the total value of its shares, it can be assumed that the issue of new shares or an upturn in their value (in other words, a tendency to increase market capitalization) may affect the corporation's capabilities (increase its capital, improve reputation, strengthen its status, and affect a number of its other aspects), and therefore lead to an increase in its income.

The relevance of this topic is reflected not only in the constant desire of corporations to increase their income, but also in the need to further develop their own economic zone of transnational companies. This orientation is also positively reflected in Russia's particularly active desire to develop its own production through import substitution, and this issue has become especially relevant over the past few years[10].

Measuring methods and factors of increasing corporate income. Maria Dedkova in her article "The Capitalization of the Company: The Theoretical Aspect" (Rus. “Капитализация компании: теоретический аспект”) describes the advantages of a strategy for increasing equity capital, or in other words, strategies for increasing the market capitalization of a corporation[4]. The economist notes that the financial result of the company is ensured by its passive balance. The increase in liabilities in turn leads to an increase in its market value and, as a result, to strengthen the financial stability of the corporation, increase its marketing attractiveness and increase its credit rating. All this contributes to the favorable development of the corporation, increase its revenue, and also provides additional opportunities for expansion.

The corporation generates revenue from its core business and other sources of income. In accordance with the Order of the Ministry of Finance of the Russian Federation of July 29, 1998, No. 34n (the last amending document of December 24, 2010 No. 186n), organizations (including corporations) are obliged to provide an opportunity for interested persons to familiarize themselves with their annual accounting statements[1]. Also, the income statistics of large corporations periodically publish various exchange markets and financial portals, for example, Investing.com [9].

Thus, as a dependent variable in this model, the corporation income indicator is used, calculated on the basis of the annual published financial statements of the corporation and published

statistics of financial portals. As an independent variable, the market capitalization of corporations is taken, also calculated with the help of the annual public accounting and financial portal statistics [2].

Econometric model of the dependence of corporate income on its market capitalization. To construct an econometric model, the dependent (corporate income; Y) and independent (market capitalization; X) variables were determined[6]. This study uses a sample consisting of data from fifteen large corporations. To determine the most accurate and optimal model, it is necessary to consider different types of dependencies between the selected variables: linear, power, exponential, exponential, hyperbolic and inverse types of dependencies. The results of this analysis are presented in Table 1 [5].

The calculations showed the linear type of dependence as the most reliable, since the coefficient of determination (79 %) and the calculated value of Fisher (52.01) are several times higher than the analogous indicators of other types of dependencies. Thus, between the corporation's income and the value of its real capitalization, a linear dependence is found, and the change in the corporation's income is determined by a 79 % of changing in its market capitalization. The simulation showed that the linear equation of this dependence has the following form: y = 0.958x. Heteroscedasticity in the residues is absent. Graphical representation of the linear dependence of the corporate income on its market capitalization is shown in Figure 1, and the graphic representation of the remnants of this model is shown in Figure 2.

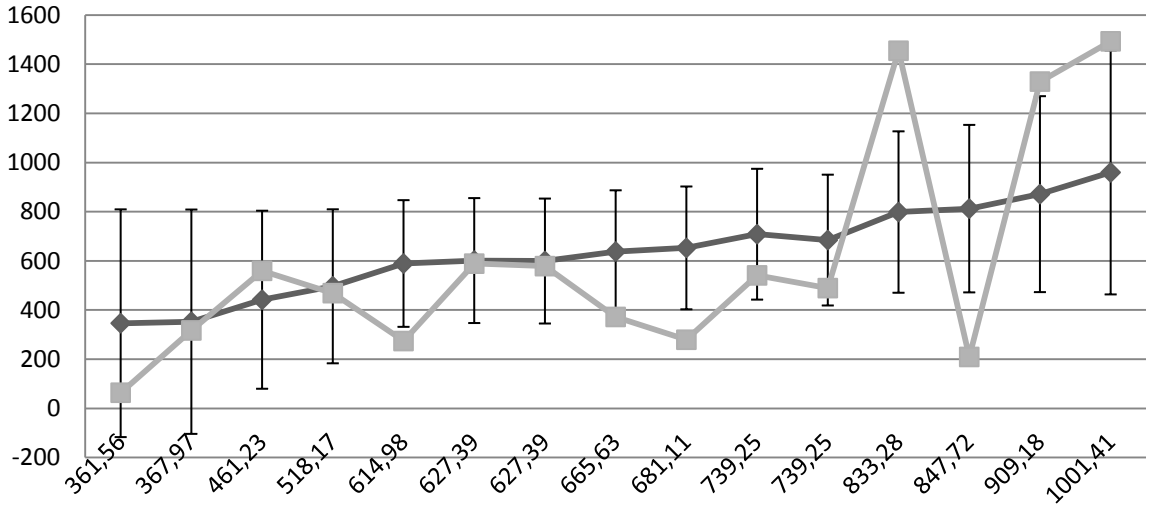


Fig. 1. The income linear dependence of the corporation from its market capitalization (the dark line is y-calculated and bright line - y-factual)

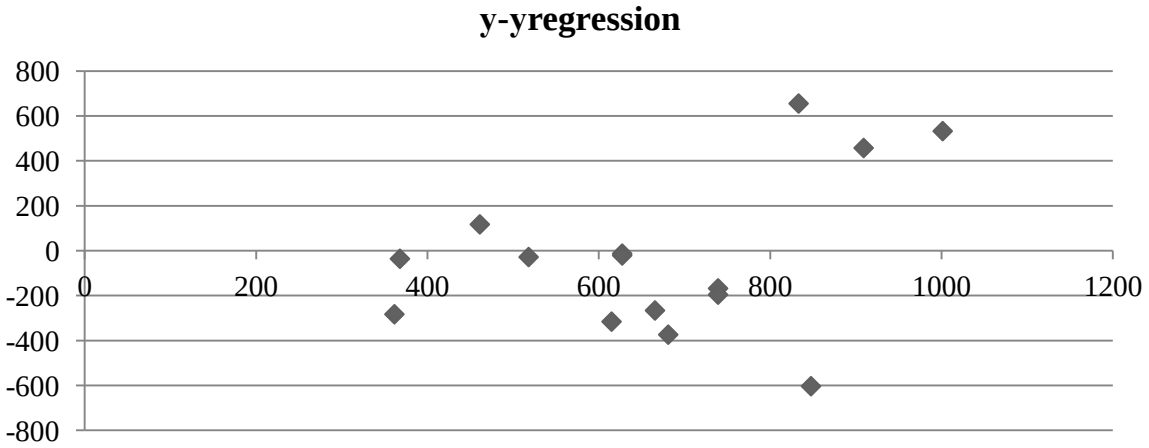


Fig. 2. Graph residues

Table 1. Results of econometric modeling of corporation income dependence from its market capitalization

Type of dependence	The form of equation	Reliability of assessments parameters		Reliability equations		Check for heterosce-dasticity	Elasti-city of X	Error approximations
		ta0	ta1	R^2	F	$p_{x|e|}$		
linear	y=0,958x	1,5407375	3,490644755	79 %	52,01080064	0,228571429	1,11 %	0,850673533
power	$y=0,006x^{1,7343}$	1,3980941	3,093341003	43 %	9,568758558	-0,460714286	1,73 %	0,587541503
indicative	y=70,5*1,003^X	6,7666145	3,09771822	42 %	9,595858171	0,046428571	1,88 %	0,671520694
exponential	y=70,5*e^0,0028X	6,7666145	3,09771822	42 %	9,595858171	-0,239285714	1,88 %	0,600651025
hyperbolic	y=1401,85-486669/X	2,5898313	4,341130512	34 %	6,707226121	-0,025	0,96 %	0,650876674
inverse function	y=1/(0,01-0,00001X)	3,0875666	2,190549728	27 %	4,798508109	-0,153571429	2,14 %	3,774832033

The constant parameter of the linear model is insignificant, which is explained by the inability of the corporation with zero value of its real capitalization to generate revenue. Dependence of this model is such that when the market capitalization of the corporation changes by 1 %, its income will change by 1.11 %, which corresponds to the elasticity index. Thus, a corporation with a market capitalization equal to one billion rubles will bring an income equal to 958 million rubles. However, as the growth rate of the market capitalization increases, its income will increase at a rapid pace and ultimately may exceed its capitalization. But here we must remember the law of diminishing returns[7].

Capital Growth Strategy. The conducted modeling showed that the increase in the real capitalization of the corporation leads to an increase in its income. Therefore, using a certain part of its income to increase capital, the corporation can contribute to an increase in market capitalization, which in turn will again lead to an increase in its income. This strategy can be called a kind of "chain reaction", since each subsequent stage implies even greater enrichment than the previous one. The limits of this enrichment are limited only by the law of diminishing returns, but here one should not forget about the possibility to increase capital at the expense of intangible assets, and various force majeure situations that can spoil the financial position of the corporation. Also, should not forget about investors (brokers, traders) whose beliefs and expectations primarily affect the market capitalization of the corporation.

In the event of an unfavorable period (a decline in the market capitalization of the corporation and a corresponding decrease in its income), it is possible for the corporation to turn to borrowed capital, but here it is realistic to take into account its future solvency.

REFERENCES

1. Order of the Ministry of Finance of the Russian Federation "On approval of the provision on accounting and accounting in the Russian Federation" of July 29, 1998 N 34n (last version of December 24, 2010 No. 186n).

2. The Federal Law "About Corporation" of 26.12.1995 N 208-FZ (last revision from 29.12.2014 N 451-FZ).

3. Sergei Ayvazyan, Econometrics. Short Course: Textbook. allowance. - Moscow: Market DS, 2013. - 104 p.

4. Maria Dedkova. Capitalization of the company: theoretical aspect. - Journal "Bulletin of MGUS". - Moscow, 2014. - P. 12-34.

5. Tatyana Dubrova. Forecasting socio-economic processes. Statistical methods and models: Textbook. allowance. - Moscow: Market DS, 2015. - 192 p.

6. Yaroslav Magnus. Econometrics. The initial course: The Textbook. -3 th ed., Pererab. and additional. – M.: Case, 2013.- 400 p.

7. Howard Richman, Raymond Richman and Jesse Richman, Corporate Income as Personal Income/ Howard Richman, Raymond Richman and Jesse Richman. – Thinker, 2015. – 32 p.

8. John Lintner, Distribution of Incomes of Corporations Among Dividends, Retained Earnings, and Taxes/ John Lintner/ - The American Economic Review, 2012, - 613 c.

9. [Electronic resource]. – Access mode: http://ru.investing.com/ – Investing.com. – (Date of the application: 15.12.2016).

10. [Electronic resource]. – Access mode: https://zimport.ru/ – Substituting import. – (Date of the application: 16.12.2016).

PROBLEMS OF INTELLECTUAL CAPITAL MANAGEMENT OF ENTERPRISES

PhD in Economics, Professor Assistant ***Bosak A. O.***

Ukraine, Lviv, Lviv Polytechnic National University

ARTICLE INFO

Received 2 January 2018
Accepted 11 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

intellectual capital,
intellectual capital management,
intellectual capital structure,
human capital,
organizational capital,
consumer capital,
methods for evaluating intellectual capital

© 2018 The Author.

ABSTRACT

The article highlights the key issues of intellectual capital management of enterprises. The existence of these problems has a systemic nature and their solution goes beyond the micro level of business. Intellectual capital, as an object of management, is not homogeneous. There are many related and adjacent concepts. The improvement of the terminology apparatus is based on the study of the essential characteristics of certain categories and the identification of the links between them. A separate problem is the structuring of intellectual capital. Within the three traditional constituents (human, organizational and consumer capital), the author presents his own specification of elements of intellectual capital. The problem of the economic evaluation of intellectual capital and its elements lies in the subjectivity of existing methods. Comparative analysis of evaluation methods, identifying their advantages and disadvantages for individual cases allows us to find the best way to evaluate. The author proposes solving the problem of methodology of intellectual capital management at the intersection of functional and process approaches to management. The obtained results have a theoretical character and are the basis for development of applied methods of management of intellectual capital of enterprises.

Introduction. *Formulation of the problem.* The notion of intellectual capital was introduced into the scientific circulation about half a century ago. The intellectual capital management concepts developed since then have different interpretations of its structure, goals, measurement tools, methods for improving efficiency, development strategy, and so on. Even the notion of intellectual capital is still debatable, especially in the sense of applying to a specific enterprise. As a management object, intellectual capital is very complex, since it has a heterogeneous structure of elements that differ significantly for enterprises of different types, forms of ownership, stages of development, or even a way of controlling the control subsystem. Therefore, it is expedient to identify and describe those intellectual capital management problems that are inherent in the overwhelming majority of businesses, regardless of their peculiarities at the moment. After that, you will be able to search for related approaches to solving the identified problems and build on them the application tools for improving the mechanism of intellectual capital management of enterprises and its individual components.

Analysis of recent research and publications. The theoretical foundations of intellectual capital were laid on the fringes of 1980-1990 by such well-known scholars as A. Brooking, L. Edvinsson, D. H. Luthy, T. A. Stewart, P. H. Sullivan, K. E. Sveiby. In numerous works of their followers are reflected the results of the practical application of individual instruments of measuring intellectual capital and certain aspects of management. The specifics of the management of the intellectual capital of enterprises in post-Soviet countries are thoroughly reflected in the works of A. Bosak, O. Butnik-Siversky, S. Illyashenko, O. Kendiukhov, L. Lukicheva, I. Moiseenko, A. Chukhno, O. Shkurupiy and others. The aforementioned scholars present different approaches to intellectual capital management, but do not focus on identifying related problems that arise through various instruments of managerial influence on individual objects within specific enterprises.

Isolation of a previously unsettled part of the general problem. The identification of common, related and adjacent problems of intellectual capital management in the context of its separate components in the conditions of different enterprises will unify the tools of economic appraisal of intellectual capital and form a universal mechanism for its development. Separate elements of this mechanism should be associated with the identified management problems and be capable of modification.

The aim of the study. Identify intellectual capital management problems that are systemic in nature, describe them and outline ways to solve them in the context of the formation of a theoretical concept and applied management tools.

Research results. The peak of the concept of intellectual capital management came about at the beginning of the 2000s, when leading multinational companies were looking for ways to increase the market value of their assets. Due to the increase in the aggregate value of intangible assets, their

capitalization and, consequently, the possibility of lending and increased volumes of securities transactions in the open market sharply increased. In the same period, the bubble began to blow up on the real estate market, the prices of Internet companies rose sharply, patents and licenses for high-tech assets were resold at fantastic prices. We saw how it ended in 2008, but can it be considered that the revaluation of intangible assets and speculative transactions with them were the main factor behind the development of the financial crisis? In order to answer this question, it is necessary to separate various intangible assets from each other to study the peculiarities of their commercialization and to determine the distinctiveness of their management in a market economy.

Thus, the first problem of intellectual capital management should be considered heterogeneity of the object of management. In addition, this heterogeneity is dynamic - the structure of the intellectual capital within a large corporation is changing rapidly and often not predictable. What is included in the concept of intellectual capital, what are its essential features, and can we clearly separate the notions of "intellectual capital", "intangible assets", "objects of intellectual property" and "intellectual product"? These seemingly purely theoretical terminological questions actually turn into a problem of accounting for intangible assets, and therefore - in the problem of determining their value, depreciation, taxation of related transactions, the identification of property rights and much more.

How different are the recognized definitions of intellectual capital can be seen from the following statements. Sveiby (1997) almost does not use this concept, but identifies it with intangible assets, which in his understanding mean "individual competence, internal and external structure of the enterprise". Stewart (1997) argues that "intellectual material includes knowledge, experience, information and intellectual property and participates in the creation of values" (p. 12). Edvinsson and Malone (1997) distinguish "the sum of human and structural capital; knowledge that can be converted into property." Brooking (1996) calls intellectual capital "the intangible assets of the enterprise, which are the basis of its existence and competitive advantages." Sullivan (1998) writes that the basis is "knowledge that can be converted into value" (pp. 238-244). Butnik-Siversky (2002) defines intellectual capital as "an intellectual product that is created or acquired, which is valued, objectified, and identified (separated from the enterprise), held by the entity for the purpose of obtaining profit (added value)" (p. 26). Illyashenko (2008) defines intellectual capital as "intellectual ability of people, in combination with the material and non-material resources created by them that are used in the process of intellectual work" (p. 96). Lukicheva (2006) interprets this term as "a set of intellectual assets and labor resources within a particular science-intensive enterprise" (p. 113). Kendiukhov (2007) argues that intellectual capital can "create a new cost of intellectual resources of the enterprise represented by human and machine intelligence, as well as intellectual products produced independently or from other sources as means of creating a new value." And this list can be continued. Dozens of authors compete in originality, mix different intrinsic signs, replace some concepts with others, etc.

The results of author's own research suggest that the term "intellectual capital" is best defined in terms of a structural and functional approach, as "the result of intellectual work in the form of intellectual resources and intellectual products, the value of which can create an added value through the commercialization of human, consumer and structural assets" (Bosak, Prokopenko, 2016, p. 90). As for the combination of essential features of different terms, it is better to depict them graphically (Fig. 1). As we see the essence of intellectual capital includes three main components - human, structural and consumer capital. However, these components are formed from different combinations of resources, and it is not always possible to separate their intellectual component from financial ones. As for products of intellectual activity, they are the result of the use of intellectual resources and consistently turn into intellectual assets, intellectual property for intellectual capital.

The second problem is determining the structure of intellectual capital. Unambiguous identification of the components of intellectual capital and their elements will formalize the procedures for their economic evaluation and simplify the management process. However, we see different and often contradictory approaches of scientists to the structuring of intellectual capital.

Brooking (1996) considers human, infrastructure and market assets, as well as intellectual property, to be the main elements of the intellectual capital. Edvinsson and Malone (1997) distinguish between human and structural capital. Stewart (1997) believes that there are three components - human, structural and consumer capital. Kendiukhov (2008) allocates as many as five components: personified, infrastructure, techno-technological, brand and client capital. Illyashenko (2008) introduces the concept of human (personal), organizational (structural) and interface capital. Again, the list can be continued, however, if we discard synonyms and avoid substitution of concepts, then it turns out that the classical scheme of intellectual capital allocation for human, structural and consumer remains the dominant one. True, there is a question of structuring these components into smaller elements. If indivisible elements are identified and links between them are established, then it is likely that we will be able to resolve the issues of the structure of the intellectual capital at the highest level.

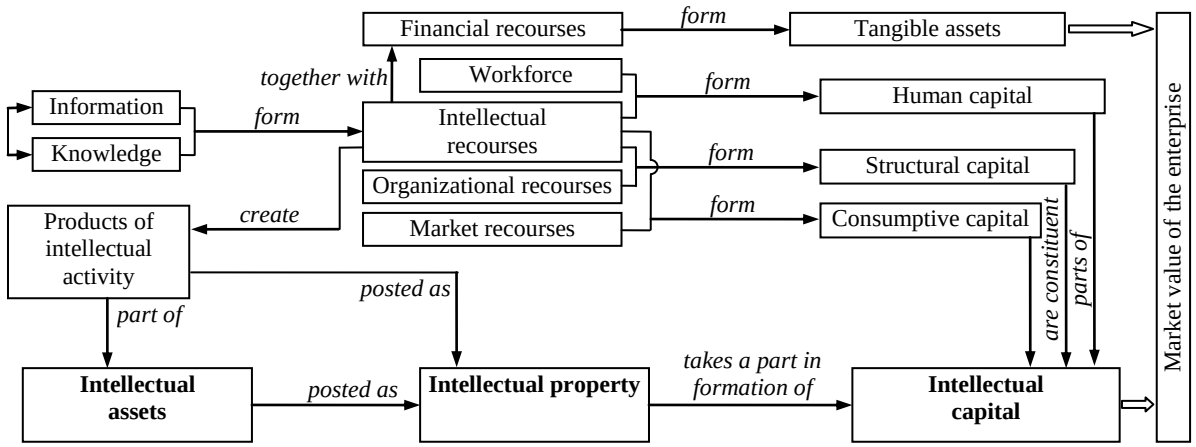


Fig. 1. Value of the concepts formed by the intellectual capital (Bosak, Prokopenko, 2016, p. 87)

The results of the conducted studies indicate that not all elements of the intellectual capital can be separated within a separate component. First of all, we believe that the term "structural capital" should be replaced by "organizational capital". Some actors use both terms in parallel, while others focus on one of them, but modern management realities come from the fact that the term "structural capital" has a narrower meaning. Despite the possible controversial issues, we consider it appropriate to structure the intellectual capital as follows:

1. Human capital:

1.1. Physical and physiological features of the individual (health, physical parameters, endurance, resistance to deterioration of working conditions).

1.2. Psychological features of the individual (character type, psychological parameters, emotional stability, adaptability, conflict level).

1.3. Social features of the individual (motivations, value system, communication abilities, personal and corporate culture, empathy, level of engagement in social interactions).

1.4. General characteristics and competencies of the individual (education, ability to take certain actions, ability to study, general knowledge of fundamental sciences, social sciences and foreign languages)

1.5. Specific professional characteristics and competencies of the individual (confirmed qualification characteristics, professional skills, work efficiency, ability to perform adjacent work, tendency to leadership and innovations).

2. Organizational capital:

2.1. Enterprise management system (management concept, organizational management structure, internal regulations, business processes, staffing, job descriptions, forms of power, management styles, strategic and tactical planning, motivation subsystem, control subsystem, means of regulation).

2.2. Objects of intellectual property (patents, licenses, know-how, trade secrets, commercial rights, industrial designs, trademarks, author's certificates, innovative proposals, utility models)

2.3. Internal infrastructure of the enterprise (information systems, communication systems, databases, knowledge bases, document management systems, information technologies, internal networks, logistics structure, transportation, warehousing)

2.4. Technological and technological subsystems (research and development, laboratory work, innovations, technologies, design work, energy supply, security systems, repairs).

2.5. Internal social relationships (corporate culture, social responsibility, synergy, psychological environment, informal groups).

3. Consumer capital:

3.1. Client capital (customer database, orders portfolio, customer relations, customer structure: systemic, permanent, situational and one-time clients).

3.2. Brand equity (trademarks, brands, advertising and PR, corporate name, corporate design, marketing communications, marketing technologies, market analysis methods, distribution channels, intelligent brand management products).

3.3. External infrastructure (external communications, information support of external contacts, business contacts, suppliers, contractors, trading networks, legal support, banking services, insurance).

3.4. External social relationships (social responsibility, social communication, public reputation, service policy, competition methods, environmental stance, relationships with civic organizations, trade unions and political parties).

Definitive structuring of the elements of intellectual capital is the basis for their further codification and creation of effective tools for their economic evaluation and development.

The spectrum of meters is very wide. Quantitative and qualitative indicators will have to be used. The monetary equivalents of individual elements of intellectual capital, their efficiency and growth potential should be measured. Based on this, it is necessary to formulate a general strategy for the development of the intellectual capital of the enterprise and its individual components.

The third problem of intellectual capital management is the lack of a universal method of economic appraisal. There are a lot of methods for estimating the total value of intellectual capital and the monetary equivalent of its components. However, these methods are subjective. The results obtained often depend on the goals that are set by the corporation's management. If the goal of measuring the overall level of intellectual capital is to increase the market value of a business, then it is likely that the chosen methods will be somewhat engrossed. If the company prepares for a merger, sale or liquidation, the desirable indicators will vary greatly and interested persons will be tempted to choose exactly the methods of evaluation that are better suited to their goals. There are no obvious accounting mistakes, just qualified managers among all methods will choose the ones that are most profitable for them. It is possible to reduce the level of subjectivity of the chosen methods of estimating intellectual capital and its components in two ways: 1) to oblige managers to use only certain methods of estimating intellectual capital in certain identified situations; 2) develop an integral estimation method, which will be based on a combination of different types of techniques, and thus offset the sharp deviations of the results obtained from the normalized values.

What are the methods of estimating intellectual capital in the disposal of modern management? There are numerous typologies of methods for estimating intellectual capital, but the typology which was initiated by Luthy (1998) and developed by Sveiby (1997) is considered to be the classical one. All existing methods are divided into 4 groups:

1. Direct Intelligent Capital Methods (DIC) identify individual elements of an intellectual capital, output their monetary estimates, and then calculate an integral estimation of the intellectual capital of the enterprise by a certain algorithm.
2. Market Capitalization Methods (MCM) are based on the fact that the equity capital of an enterprise and its market capitalization are mainly different. This difference will be the equivalent of the monetary value of the intellectual capital of the enterprise.
3. Return on Assets methods (ROA) offer to calculate the return on total assets, and then compare the obtained indicator with the industry average. The resulting difference is multiplied by the average tangible assets of the enterprise and thus reaches the average amount of income from intangible assets.
4. Scorecard Methods (SC) are based on the approach of creating special indicators that are measured in points for each element of the intellectual capital. The results can be aggregated for groups of elements of intellectual capital, graphically displayed and compared with other enterprises. However, there are no monetary estimates, the integral indicators are conditional.

The described groups of methods have clear advantages and disadvantages, which show the specifics of their application. The methods of ROA and MCM allow to get the cash equivalent of an intellectual capital on an organization-wide scale. This indicator reflects the market value of the company's intangible assets, but says nothing about their structure or development potential. These methods are most often used to assess the stock value of an enterprise when merging and selling companies. The disadvantage of ROA and MCM methods is that they are very sensitive to changes in interest rates and discount rates. For the same reason, they cannot be used for state-owned enterprises, non-profit organizations or separate subdivisions.

DIC and SC methods better reflect the state of development of intellectual capital and they can be used to evaluate individual elements of intellectual capital. Although DIC methods operate with monetary instruments, while SC methods are scores, they give quite realistic estimates. However, these assessments are contextual, they need to be customized for each business separately and they are hard to be interpret by financiers and accountants.

Often, in practice, the cost of intellectual capital is calculated by various methods and then an averaged result is deduced. By another method, algebraic sum of the cost of individual independent elements of the intellectual capital is compared to the difference in book value and stock value of the enterprise. One way or another, this problem cannot be solved completely. There are only partial solutions that cannot fully satisfy all groups of stakeholders at the same time.

The fourth issue, which is particularly acute for large companies, is the choice of the concept of intellectual capital management. Formally there is a methodological conflict between functional and process approaches to management. The functional approach is based on the allocation of specific management functions (based on common functions, namely, planning, organizing, motivating, controlling and regulating). Each of these functions is the basis for the formation of management

methods (administrative, economic, technological, and socio-psychological). In turn, management methods are formalized in the form of managerial decisions. The process approach is based on the business processes of the enterprise. Each business process has inputs (resources), outputs (results), management influences and mechanisms of implementation. For a process approach, the implementation of a specific management function is not important, what matters is discrete result of an individual business process. Historically, there is an opinion that functional approach works better for standardized streamlined production, and process - for diversified and mobile companies. But the essence of intellectual capital combines different types of productions and forms of business organization. Tangible resources move to the background. Business efficiency starts depending more on the ability of management to effectively manage intellectual resources and create such business models that encourage the creation of new knowledge.

Contradictions of functional and process approaches to management were partially eliminated within the framework of the process-structural approach. This approach proposes to combine the elements of management technology into specific structural units and link them together with management functions and key business processes. However, process-structural approach has not become wide-spread due to the lack of algorithmic base and application tools that would prove their effectiveness.

Conclusions. Intellectual capital is both a factor of production and commodity. The effectiveness of intellectual capital management is determined by the growth rate of market value of enterprises, but depends on the distribution of traditional resources. Unlike tangible assets that are subject to unambiguous assessment, intangible assets are difficult to assess by monetary indicators. At the same time, the productivity of intangible assets situationally determines the productivity of financial and human resources. Intellectual capital management is a complex process that is accompanied by systemic problems that modern management science cannot unambiguously solve. The first problem is the complexity and heterogeneity of intellectual capital as an object of management. So far, an unambiguous list of essential features of the intellectual capital has not been formed, nor has conclusive understanding of the constraints of related categories been defined. The second problem is the complexity of structuring individual elements of the intellectual capital and their groups. One of the ways of solving this problem is to approve the basic list of elements of the intellectual capital within the individual components at the level of separate industries. The third problem is the lack of a universal method for evaluating the intellectual capital and its components, which would give credible results. Today, the objectivity of most of the known methods of economic evaluation of the intellectual capital is questionable. Finally, the fourth problem is the variability of approaches to intellectual capital management. The conflict between representatives of the functional and process approaches to management does not allow for the existence of a holistic concept of management of the intellectual capital. In the future, for each of these problems, comprehensive research should be carried out in the context of studying individual components of the intellectual capital with anchoring to specific enterprises, industries and sectors of the economy.

REFERENCES

1. Brooking, A. (1996). Intellectual Capital: Core Assets for the Third Millennium Enterprise. Thomson Business Press, London, United Kingdom.
2. Edvinsson, L., Malone, M. (1997). Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding Its Hidden Brainpower. – Harper Collins, New York, NY.
3. Luthy, D. H. (1998). Intellectual capital and its measurement. Paper presented at the Asian Pacific Interdisciplinary Research in Accounting (APIRA) Conference, Osaka. – Available at: www3.bus.osaka-cu.ac.jp/apira98/archives/htmls/25.htm.
4. Stewart, T. A. (1997) The Intellectual Capital. The New Wealth of Organizations. – N. Y. ; L. : Doubleday / Currency.
5. Sullivan, P. H. (1998). Profiting from Intellectual Capital: Extracting Value from Innovation. – John Willey&Sons, Inc.
6. Sveiby, K. E. (1997). The Intangible Assets Monitor. Journal of Human Resource Costing & Accounting, Vol. 2, No.1, Spring, 73-97.
7. Butnik-Siversky O. (2002) Intellectual capital: the theoretical aspect. Intellectual capital. № 1, 16-27.
8. Bosak, A.O. Prokopenko, I. V. (2016). The essence and structure of the intellectual capital of enterprises. Bulletin of Lviv Polytechnic National University. Series «Management and Entrepreneurship in Ukraine: Stages of Development and Development Problems», 851, 82-93.
9. Illyashenko S. (2008). Actual problems of intellectual capital management of the enterprise. Mechanism of regulation of the economy. №2, 91-101.
10. Lukicheva, L. (2008) Management of the intellectual capital (2-nd ed.). Moscow : Omega-L.
11. Kendiukhov, O. B. (2008) Effective intellectual capital management. National Academy of Sciences of Ukraine, Institute of Industrial Economics, Donetsk: DonUEP.

ALLOCATION OF FINANCIAL RESOURCES TO BUSINESS SECTOR IN UZBEKISTAN

Malikakhon Khasanboeva

Uzbekistan, Tashkent Financial Institute, Student of Credit-Economy Faculty

ARTICLE INFO

Received 4 January 2018
Accepted 19 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

budgetary allocations,
banking sector,
short and long-term credits,
commercial banks,
"start-up" business

ABSTRACT

Today significant amount of country's budget is being allocated to develop business climate in Uzbekistan and government is launching large-scale financial support for entrepreneurs, planning projects to provide people who are willing to start their own business acquiring bank loans. Moreover, a lot of privileges are given to female entrepreneurs for their start-up business. The article reviews the allocation of financial resources to small and medium sized enterprises, the role of a banking system in the allocation of money and projects related to development of business sector. Statistics related to the topic is illustrated with graphs and pictures. In the article some ways to develop the business sector are suggested.

© 2018 The Author.

There is saying: "The more organized financial resources, the more developed the Economy". In Uzbekistan, the government is drawing more attention to Business Sector as the sector is found to be much prospective and profitable. Before looking at money distributed into this field, it is urgent to know what budgetary allocations mean.

Budgetary allocations are integral components to an annual financial plan, or budget of all organizations. It is the amount of funding designated to each expenditure line. It designates the maximum amount of funding an authority or an organization is willing to spend on a given item, program or field.

The Ministry of Finance decides how to allocate money properly according to statistics from the previous years and investigations of forecast upcoming results. Recognizing the importance and bright future of business, most of the money in country's budget is spent on Business sector as well as attracting more investments from abroad.

According to the fact that small businesses effectively generate employment and income, the role of small business and entrepreneurship in the country's GDP (Gross Domestic Product) is ever increasing and giving loads of opportunities to start-up businesses: subsidies, decreased tax rates and so on. For example, as of 1 January 2016 basic tax rate for unified tax payment for micro-firms and small businesses, except for enterprises of trade and public catering, was reduced from 6 % to 5 % in order to further lessen tax burden, support and stimulate development of small and private businesses. [1]

Uzbekistan is ranked 74 among 190 economies in the ease of doing business according to the latest World Bank annual ratings. The rank of Uzbekistan improved to 74 in 2017 from 87 in 2016 (Figure 1).

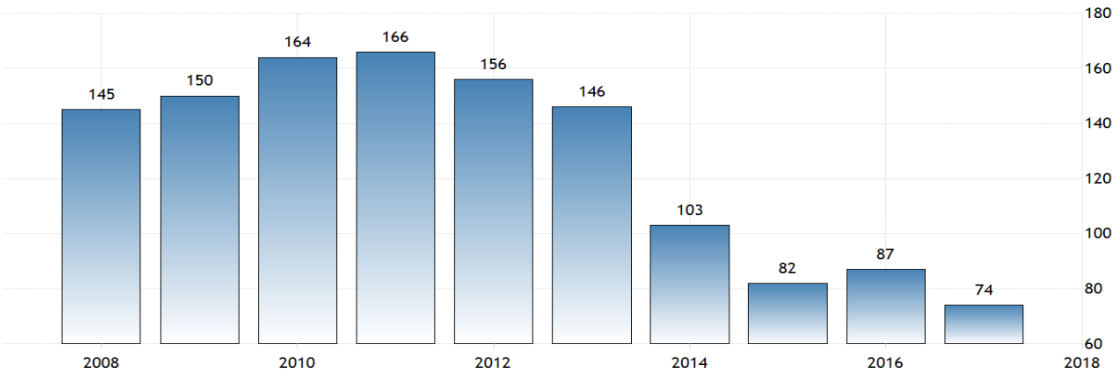


Fig. 1. Ease of doing business in Uzbekistan. [2]

The financial system is dominated by banks, which control 94 % of finance sector assets. In this turn, money allocated to business sector is managed by banks. They give short-term and long-term credits to people intending to set up their own business. Eight state-owned banks control 75 % of banking assets and provide the bulk of credit to state-owned entities. During 2011-2015, bank credit to small businesses substantially increased from 4.5 % to 7.1 % of GDP, reflecting a compound annual growth rate (CAGR) of 34.1 %.

Looking at the examples below, given opportunities to entrepreneurs can be clearly understood:

Fig. 2. Increased loans issued to small business in 2015 and 2016(in trillion sums) [3]

– To increase the role of business in the country and to give more independence the amount of issued loans to small business owners increased by 1,3 times compared to the year 2015 (15,9 trillion sums according to the statistics of January 1st, 2017), including 3,3 billion sums in microcredits,also 1.3 times more than that in 2015 (Figure 2)

– The amount of given credits in Commercial banks to female entrepreneurs expanded by 1,3 times and reached 1,6 trillion sums compared to 2014.

– Supporting the young people, graduated colleges and want to do business, the amount of loan given to them in 2016 is 1,3 times more than the one in 2015(362.1 billion sums). (Figure 3)

Fig. 3. Increased loan given to the young entreprenuers in 2015 and 2016 (in billion sums) [4]

Some new projects related to the money supplies in banks are willing to be carried by upcoming years. For example, The Asian Development Bank (ADB) has approved a loan of $ 100 million for financing small business in Uzbekistan.

Credits to small businesses will be provided through four financial institutions: PJSCB DAVR BANK, JSCB Hamkorbank, AICB Ipak Yuli and leasing company Uzbek Leasing International A. O. (the assets of the project are in the table below).

The current allocation of the ADB loan to PFIs is presented in Table 1. The Loan Agreement provides that the Government of Uzbekistan shall reallocate the funds among the PFIs in a manner acceptable to ADB should there be a change in the composition of the PFIs or a need to reallocate the proceeds of the ADB loan.

In the implementation of the project responsible bodies are MOF (Ministry of Finance) and ADB (Asian Development Bank) with the other four key subjects: Hamkorbank, Ipak Yuli Bank, Uzbek Leasing, Davr bank (Figure 4)

Alia Mukhamedyarova, a specialist in the financial sector of the ADB's Central and Western Asia Department, noted that the share of small businesses in Uzbekistan's GDP is higher than 50 %. About 80 % of employees work in this sector.

"But access to financial resources, particularly in rural areas, is hampered by inadequate services and a number of other circumstances," she said.

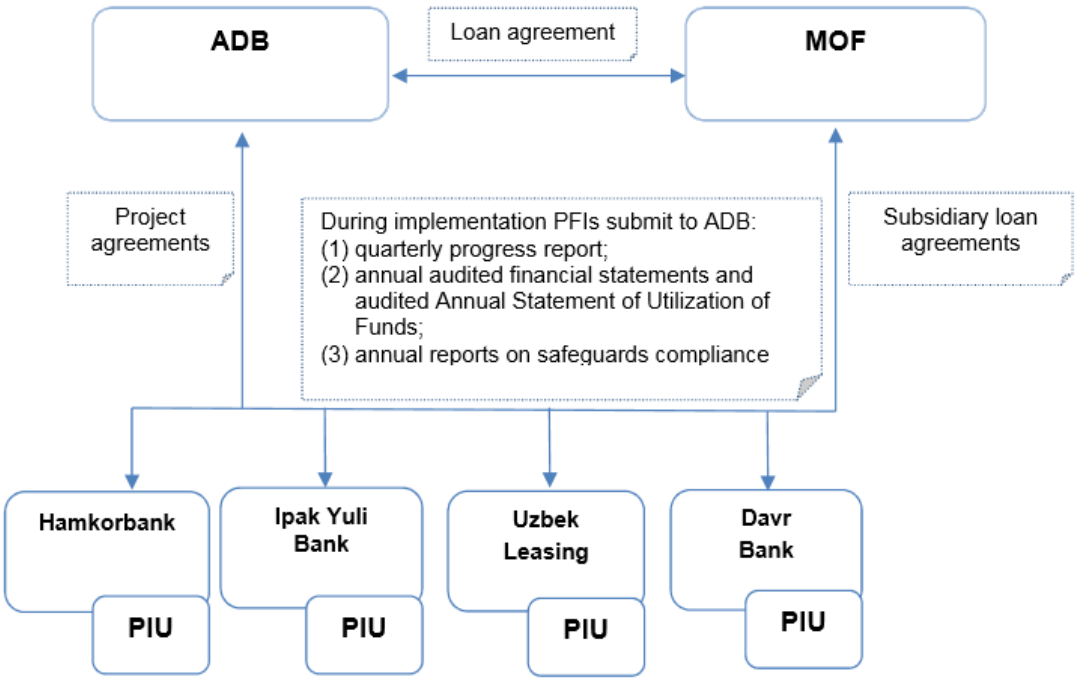
According to her, in the framework of this loan, small businesses can get loans for working capital and investments in fixed assets. She noted that, in particular, the funds will be provided to businesses outside the capital and to female entrepreneurs.

Table 1. Annual Disbursement Estimates ($ million) [5]

Participating Financial Institution	Allocation	Disbursement Year			
		2016	2017	2018	2019
Hamkorbank	45.00	4.00	14.00	14.00	13.00
Ipak Yuli Bank	38.00	3.00	13.00	12.00	10.00
Uzbek Leasing	10.00	0.75	3.25	3.00	3.00
Davr Bank	7.00	0.25	2.75	2.00	2.00
Total Project Cost	100.00	8.00	33.00	31.00	28.00
Total Project Cost %	100 %	8.0 %	33.0 %	31.0 %	28.0 %

Providing a loan will help meet the growing demand for credit and leasing of small businesses and entrepreneurs.

ADB notes that the maximum amount of the sub-loan will be $300,000. The borrowed funds will be allocated to small businesses at market financing rates. At the same time, at least 20 % of sub-loans will be provided to small businesses owned by women. The project will contribute to improving the enabling environment for women-owned small businesses by upgrading their skills and access to finance. To ensure a wide outreach of training to the targeted population, PFIs will conduct annual customer surveys of women owned small businesses to identify issues faced by this segment carry out public marketing campaigns to improve outreach to women and rural small businesses. [6]



ADB = Asian Development Bank; MOF = Ministry of Finance; PFI = participating financial institutions; PIU = project implementation unit.

Fig. 4. Project Organization Structure [7]

Also, the project envisages allocating at least 60 % to small businesses outside Tashkent.

ADB also provided Uzbekistan with a technical assistance grant of $500,000. The Government of Luxembourg will finance this grant through the Special Partnership Fund for the Development of the Financial Sector, which will be administered by ADB.

Technical assistance will help in strengthening the policies and procedures of participating financial institutions, increasing the potential for financing small businesses.

Also, within the framework of technical assistance, intensive training programs for financial literacy will be conducted for small businesses – clients of participating financial institutions.

The project implementation period is 5 years, with a projected completion date in December 2021.

Opportunities provided are for the best performance if people in the country try them. To improve the business skills of the people and support them to take every opportunities to run their own business the government can carry out a set of the following activities:

– Inform continuously every Decree, laws released about business sector by the authority through mass media. (Television, radio, internet and etc.)

– Organize special "advice rooms" in each banks and specialists to give advice and information to the person coming to the bank about start-up projects, types of loans, subsides and other questions they are interested in.

– Organize special trainings to teach how to make business plan and the types of business which can be well-organised in our business climate.

– Optimize the every service in banks to make customers come and use the services next time (because every time of their arrival gives them inspiration to take credit and start small business).

The role of small business and private entrepreneurship in the country's GDP and economy is increasing. Recognising the importance of the business community in general and private entrepreneurship in particular for the economy, the state constantly updates the legislation in attempts to decrease the tax and administrative burden on the business. Uzbek government constantly develops various tools aimed at improving the local business climate: various subsidies, short and long term credits, investments from abroad in both local and global scale.

REFERENCES

1. Guide to doing business and investing in Uzbekistan. 2016 edition. Page 6.
2. Internet Source : TRADINGECONOMICS.COM. WORLD BANK.
3. "Ahbor-reyting" rating agency. February, 2017. №46, Page 10.
4. "Ahbor-reyting" rating agency. February, 2017. №46, Page 11.
5. ADB staff estimates. Project Administration Manual " Uzbekistan Small Business Finance Project". June 2016, Page 6.
6. Internet source : UzDaily.com Tashkent, Uzbekistan.
7. Project Administration Manual " Uzbekistan Small Business Finance Project". June 2016, Page 5.

ЭЛЕКТРОННОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН: ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

PhD ***Аскаров Д. Т.,***
[1]Сиротин Эрнест

Казахстан, Алма-Ата, Казахстанско-Немецкий Университет, факультет экономических наук;
[1]студент

ARTICLE INFO
Received 5 January 2018
Accepted 25 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS
e-business,
Google tax,
e-trade

ABSTRACT
This article studies the development of e-business in the Republic of Kazakhstan. The analysis includes the following moments: most popular forms of e-business in Kazakhstan, current situation, and, finally, the problems and prospects of development.

© 2018 The Authors.

В связи с развитием новых технологий и доступностью глобальной сети «Интернет» для 41,3 % населения планеты Земля (примерно 3,58 миллиарда человек), согласно докладу ООН «Global Broadband Progress» от 18 сентября 2018 года, актуальность электронного предпринимательства, как феномена современности, становится все более значимым. Развитие данной формы предпринимательства происходит во всем мире и Республика Казахстан не является исключением.

В нашей стране разработана Стратегия устойчивого развития «Казахстан 2050», в рамках которой реализуется переход на «экономическую политику нового курса», что предполагает следованию мировых тенденций и перениманию экономических моделей развитых стран мира. И одним из таких нововведений является развитие электронного предпринимательства, или электронной коммерции.

Для перехода к концепции электронного предпринимательства в Казахстане имеются все предпосылки, способствующие его развитию: создана нормативно – правовая база, институциональная основа, а также накоплен солидный практический опыт крупных казахстанских компаний (Chocolife, Besmart, egov, Satu.kz, Касса 24, Колеса и др.) в данной сфере деятельности.

Казахстан - достаточно молодое и быстроразвивающееся государство, старающееся перенимать современные тенденции развития у развитых стран. Что же касается электронного предпринимательства, то здесь складывается весьма неоднозначная ситуация. Во-первых – недостаточно четко проработанная законодательная база. В Казахстане для электронного предпринимательства нет отдельного закона, вместо него существует свод правил осуществления электронной торговли, который был утвержден приказом и.о. Министра национальной экономики РК под номером 720 от 25 ноября 2015 года. Данные правила, скорее носят ознакомительный характер, нежели регулируют конкретные направления и процедуры. Так как и без данных правил, суть ведения электронной торговли остается неизменной. И по сути своей данные правила могу подходить и к ведению бизнеса в традиционной форме. В частности, в перечне имеются следующие формулировки: «В электронной торговле участвуют:

– физические и юридические лица, участвующие в качестве покупателя, продавца или посредника в электронной торговле;

– юридические лица и индивидуальные предприниматели, оказывающие услуги по получению, размещению, передаче, хранению электронных документов (электронных сообщений) с предложениями на продажу и покупку, с использованием информационных систем и сетей телекоммуникаций;

– юридические лица, индивидуальные предприниматели и физические лица, являющиеся потенциальными покупателями соответствующих товаров;

– лица, предлагающие к реализации определенные товары;

– юридические лица, индивидуальные предприниматели (коммерческий продавец);

– физические лица, предлагающие к реализации товары в разовом порядке без цели предпринимательской деятельности.

Коммерческий продавец, адресующий от своего имени оферту в электронной форме, при осуществлении электронной торговли:

1) включает в оферту существенные условия договора или указывает порядок их определения, а также включает иные условия, установленные законодательными актами РК;

2) предоставляет информацию о порядке заключения договора;

3) выписывает электронные счета-фактуры, ведет налоговый учет по реализованным посредством электронной торговли товарам в соответствии с налоговым законодательством РК, а также представляет копии первичных учетных документов в соответствии с законом РК «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности»;

4) обеспечивает соблюдение таможенного законодательства ЕАЭС и Республики Казахстан при ввозе товаров на территорию ЕАЭС;

5) обеспечивает соблюдение порядка применения контрольно - кассовых машин с фискальной памятью и POS-терминалов»[1].

Однако данные правила не предполагают того, что государство будет иметь какую-либо прибыль с налогов в связи с деятельностью зарубежных интернет-магазинов на территории страны. В качестве примера можно рассмотреть один из крупнейших интернет-магазинов в мире AliExpress. При покупке товара на AliExpress пользователь платит налог "по стоимости в структуре, в которой заложены налоги, предназначенные к уплате в стране производителя этого товара. При этом торговые площадки не участвуют в добавленной стоимости"[2]. Аналогичная ситуация возникает с интернет площадкой Steam. Когда как в соседнем государстве России пользователи Steam приобретают продукты, представленные на площадке Steam с налогом, при этом обогащая государственную казну, пользователи из Казахстана платят за продукты на Steam только лишь их реальную цену, без налога.

С одной стороны, для казахстанских потребителей данный факт вселяет радость, так как нет необходимости переплачивать 12 % за товар. С другой стороны государство упускает из виду дополнительный источник пополнения бюджета. Например, в России, которая является участником единого интеграционного объединения с Казахстаном, был принят так называемый "Налог на Google", обязывающий иностранные интернет компании, продающие посредством интернета электронные продукты российским пользователям, оплачивать НДС в размере 18 %. Для этого они должны зарегистрироваться в системе ФНС. Казахстан, следуя мировым тенденциям, тоже рассматривает вариант с внедрением налога на Google и AliExpress. Однако "в министерстве национальной экономики заявили, что введение налога на Google еще требует детального изучения" [2]. Это утверждение означает, что правительство Казахстана раздумывает над внедрением налога, но в тоже время у правительства есть некоторые сомнения по этому поводу, ведь "при фактической доставке товаров до казахстанского потребителя налоги, такие как НДС на импорт, уплачиваются третьим лицом – продавцом. Данный вопрос носит концептуальный характер, требует детального изучения с учетом международного опыта и последующим рассмотрением со всеми заинтересованными сторонами" [2]. Что касается реальных цифр, то от внедрения так называемого "Налога на Google", то в теории, с учетом того, что по данным депутата мажилиса Аманжана Жамалова, казахстанцы "потратили в 2015 году на онлайн-покупки – порядка $3,5 млрд., из которых только $60 миллионов пришлись на внутренний рынок", казахстанское правительство может получить налоговые поступления на "сумму более $400 млн. в год (12 % от $3,44 млрд.)" [3].

Тем не менее, казахстанское правительство, в свете Послания Президента, в котором Глава государства сделал акцент на «умные технологии», решило поддержать малый и средний бизнес, в частности, осуществляющих свою деятельность посредством электронного предпринимательства. Так, с вступлением в силу нового Налогового кодекса в 2018 году, интернет предприниматели получили освобождение от уплаты налогов на 5 лет. В соответствии со статьей 293 Кодекса, предприниматель, "осуществляющий электронную торговлю товарами, уменьшает корпоративный подоходный налог, исчисленный в соответствии со статьей на 100 процентов" [4]. Положения пункта 293 применяются в случае,

если доходы от осуществления электронной торговли товарами с учетом превышения суммы положительной курсовой разницы над суммой отрицательной курсовой разницы, возникшего по операциям по такой деятельности, составляют не менее 90 процентов совокупного годового дохода. При несоблюдении данного условия предприниматель не вправе применять положения статьи 293. Также, согласно пункту 2 статьи 636 Кодекса, от налогов при определенных условиях освобождаются и интернет-продавцы, осуществляющие свою деятельность как индивидуальные предприниматели. Между тем, электронная торговля должна соответствовать определенным критериям - предпринимательская деятельность по реализации товаров физическим лицам, осуществляемая посредством информационных технологий через интернет-магазин и (или) интернет-площадку при одновременном соблюдении следующих условий: оформление сделок по реализации товаров осуществляется в электронной форме; оплата товаров производится безналичным платежом; наличие собственной службы доставки товаров покупателю (получателю) либо наличие договоров с лицами, осуществляющими услуги по перевозке грузов, курьерскую и (или) почтовую деятельность. Освобождение от налогов интернет предпринимателей не освобождает от необходимости регистрации ИП или ТОО.

Таким образом, Казахстан стал одной из немногих стран в мире, где электронная коммерция находится в привилегированном положении. И это же делает ее еще более интересной для инвестиций, а также обещает поддержать двузначные темпы роста сегмента в среднесрочной перспективе. С другой стороны, очевидно, что конкуренция на рынке существенно обострится.

Следующим моментом, который заслуживает рассмотрения, является определение форм электронного бизнеса в Республике Казахстан, которые выбирают компании при осуществлении своей деятельности.

Во-первых, стоит отметить развивающуюся интернет инфраструктуру в Казахстане. Все большее число казахстанцев получают доступ к всемирной сети интернет, а, следовательно, пропускная способность казахстанских серверов увеличивается. Однако, что касается интернет ресурсов, позволяющих осуществлять покупки в интернете, сохраняется тенденция к их небольшому количеству. Большинство крупных казахстанских интернет компаний базируются в Алматы: Chocolife, Satu.kz, Касса 24, Колеса, egov и прочие. И в основном они представляют услуги C2C, то есть предоставление торговых площадок клиентам. Chocolife договаривается с представителями юридических лиц о предоставлении скидок, или специальных предложений для физических лиц, а затем реализует данные специальные предложения, или скидки физическим лицам.

Satu.kz, ведя свою деятельность по методу C2C, является казахстанской торговой площадкой, которая предоставляет место в интернете для реализации товаров продавцом покупателю, выполняя функцию посредника.

Касса 24 работает в области интернет платежей, предоставляя платформу для оплаты коммунальных услуг, интернет услуг, мобильной связи, онлайн игр, счетов в букмекерских конторах и так далее.

Колеса КЗ так же, как и Satu.kz, работают в сфере C2C, предоставляя клиентам площадку, где они могут выкладывать свои объявления о продаже автомобиля, однако со своей спецификой. Сервис не предоставляет услуг онлайн покупки, а лишь возможность связи между потенциальным покупателем и продавцом.

Сайт правительства eGOV по своей сути представляет свою деятельность как G2C, государство потребителям/гражданам. Сервис предоставляет разный спектр услуг от выдачи справок, до государственных платежей. На самом деле этот сервис следствие следования Казахстана примеру развитых стран, у которых есть отдельные сайты для правительства, предоставляющие государственные услуги онлайн социуму.

Так же в Казахстане есть сайт государственных закупок, который работает по принципу B2G. Однако вход на данный сайт блокируют все доступные браузеры, ссылаясь на нарушения протоколов безопасности, что конечно же не вызывает доверия у пользователя, имевшего желание воспользоваться услугами на данном сервисе.

На сегодняшний день Республика Казахстан обладает большим потенциалом экономического развития и с учетом того, что Стратегия устойчивого развития Казахстана-2050 предполагает следовать мировым экономическим тенденциям и перенимать опыт развитых стран, то логичным будет тот факт, что рынок электронного предпринимательства в Казахстане год за годом будет расти. Так, по словам Рамиля Мухоряпова, директора холдинга ChocoFamily: «рынок электронной коммерции вырастет на 30 %, а общий оборот рынка

впервые превысит один миллиард долларов США» [5]. Данное утверждение означает, что рынок электронного предпринимательства с каждым годом в Казахстане будет расти и охватывать все большую целевую аудиторию. По словам генерального директора интернет магазина LaModa Никиты Окулова: «В компании наблюдается рост нижнего и верхнего ценового сегмента» [5].

Последние несколько лет рынок электронного предпринимательства в Казахстане демонстрировал высокие темпы роста в сравнении с «традиционным рынком». Однако, существуют факторы, которые продолжают оказывать влияние на развитие рынка электронного предпринимательства. Среди них можно выделить: не высокие доходы населения (например, индекс реальных денежных доходов (в процентах к предыдущему году), согласно данным Агентства по статистике РК, в 2016 году составил 95,5 %), отсутствие должной инфраструктуры по доставке товаров, консерватизм и недоверие среди покупателей, риск технических сбоев или взломов онлайн-кошельков и т.д. В результате, доля электронного предпринимательства в экономике Казахстана остается очень низкой. В Европе данный показатель составляет 4,91 % от ВВП. В Казахстане, данный показатель составляет примерно 1 % [6].

Сегодня в Казахстане имеются все инструменты, необходимые для развития электронной коммерции. Достаточно хорошо развита логистика (более 100 местных и зарубежных игроков), работает более 1700 интернет-магазинов, АО Казпочта сократила сроки доставки из Китая и стран Европы в 3 раза с 60 дней до 18-25 дней, в планах на следующий год — до 10 дней. Также для удобства клиентов планируется запустить пункты выдачи посылок, функционирующие по системе франчайзинга, услуги фулфилмента и e-commerce центры. Благодаря проведенной работе, уже сейчас по Казахстану доставляется более 30 тыс. посылок в день, а к 2020 году рынок вырастет до 300 тыс. посылок день. За 10 месяцев прошлого года граждане республики Казахстан заказали в зарубежных интернет-магазинах почти 8 млн. посылок.

В этой связи нет сомнений, что Казахстан имеет большой потенциал в развитии электронного предпринимательства. Принятые государством меры будут способствовать его дальнейшему развитию.

ЛИТЕРАТУРА

1. Приказ и. о. Министра национальной экономики РК № 720 от 25 ноября 2015 года // Информационно – правовая система нормативных правовых актов РК «Әділет» 22 января 2016 г.

2. Алина Есеналина. Появится ли в Казахстане налог на Google - 7 августа 2017 г. // https:lsm.kz/google-nalog (был доступен 13.01.2018)

3. Айдын Шагиев. Как комитет государственных доходов собирается пополнить бюджет за счет интернета // Forbes Kazakhstan. – 2016. - № 61 // https://forbes.kz/finances/finance/nalog_nagoogle (был доступен 13.01.2018)

4. Кодекс Республики Казахстан ЭО налогах и других обязательных платежах в бюджет (Налоговый Кодекс) от 25 декабря 2017 года № 120-VI ЗРК // Казахстанская правда № 247

5. Александр Галиев. Рынок электронной коммерции притормозил – 4 апреля 2017 г. // https://kapital.kz/business/58595/rynok-elektronnoj-kommercii-pritormozil.html (был доступен 12.01.2018)

6. Мировой рынок электронной коммерции вырастет по итогам 2017 года на 17 % - 6 октября 2017 г. По материалам Retail&Loyalty, ecommerce-europe.eu // https://www.retail-loyalty.org/news/mirovoy-rynok-elektronnoy-kommertsii-vyrastet-po-itogam-2017-goda-na-17/?id=270047 (был доступен 12.01.2018)

ПОДГОТОВКА IT СПЕЦИАЛИСТОВ УО БГУИР В ОБЛАСТИ 1С

и. т. н. ***Бакунова О. М.,***
м. т. н. ***Калитеня И. Л.,***
м. т. н. ***Бакунов А. М.,***
м. т. н. ***Малиновская Т. И.,***
преподаватель ***Хмелевская А. Л.***

Республика Беларусь, г. Минск, Институт информационных технологий Белорусского государственного университета информатики и радиоэлектроники

ARTICLE INFO
Received 6 January 2018
Accepted 21 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS
Neural networks,
education,
innovations,
developing technologies,
the modern platforms of programming

ABSTRACT
In conditions of a prompt computerization an integral part of vocational training as are new computer technologies. Occurrence and progress of packages of applied programs create huge possibilities for their use in the accounting and administrative account. Skill to make good use of new information technologies by preparation of experts – one of the major requirements shown to teachers of modern high school.
Studying of a rate « the Accounting and administrative account » as well as, programming in 1C play a major part during vocational training the qualified experts and it is directed on formation of skill to analyze existing system of an information exchange at the enterprise for acceptance of administrative decisions in the organization and skills of practical construction of system of the administrative account at the enterprises of various patterns of ownership.

© 2018 The Authors.

Введение. Тенденции развития образовательных стандартов в сфере IT влияют на жизнь современного специалиста. Существует проблема получения сертификатов по специальностям 1С: СПЕЦИАЛИСТ и 1С: ПРОФЕССИОНАЛ версий 8 в Беларуси. Это связано с тем, что экзамен проходит в режиме онлайн на сервере, расположенном в Москве и включает вопросы по законодательству и ведению бухгалтерского учета двух стран. Это усложняет процесс подготовки специалистов, способных решать широкий спектр задач. В последнее время этой проблеме уделяется повышенное внимание, как со стороны государственной системы образования, так и со стороны работодателей, а умение адаптироваться к запросам и требованиям динамично меняющегося мира, позволяет специалистам быть успешными.

Результаты и обсуждение. Изучение курса «Бухгалтерский и управленческий учет» а также, программирование в 1С играют важную роль в процессе профессиональной подготовки квалифицированных специалистов и направлено на формирование умения анализировать существующую систему информационного обмена на предприятии для принятия управленческих решений в организации и навыков практического построения системы управленческого учета на предприятиях различных форм собственности.

В условиях стремительной компьютеризации неотъемлемой частью профессиональной подготовки так же являются новые компьютерные технологии. Появление и развитие пакетов прикладных программ создают огромные возможности для их использования в бухгалтерском и управленческом учете. Умение эффективно использовать новые информационные технологии при подготовке специалистов – одно из важнейших требований, предъявляемых к преподавателям современного вуза.

Использование пакета прикладных программ "1С-Бухгалтерия" – является удачным методическим приемом. Важно, также, ознакомить студента с компьютерными справочными системами. Каждая из этих систем включает в себя целые семейства информационных баз определенной направленности.

Основными требованиями к специалисту в области 1С: Бухгалтерия 8", являются:

– Учет активов и обязательств в иностранных валютах и условных единицах. Переоценка валютных счетов.

– Решение нестандартных ситуаций в учете валютных операций, их раскрытие в финансовой и налоговой отчетности. Решение практических задач.

– Учет валютных операций в экзаменационных задачах и билетах.

– Учет операций с финансовыми инструментами. Возможные типы экзаменационных задач по данной тематике.

– Решение проблемных ситуаций по учету финансовых инструментов и их отражение в тематике экзаменационных задач.

Система 1С является продуктом, получившем широкое распространение по всему постсоветскому пространству. Сегодня, большинство пользователей привыкли работать в данной системе и это умение является одним из главных условий приема на работу для бухгалтеров, различного офисного персонала, а также менеджеров, кладовщиков и т.д. Так же, 1С, несколько лет разрабатывается для Украины, Казахстана Чехии, Вьетнама, ОАЭ.

Долгое время компания «1С» не выходила на зарубежный рынок, активно развиваясь и обеспечивая уровень роста продаж в России. Затем, продолжая оставаться в списке лидеров среди ERP-систем, «1С» успешно освоила рынок Украины, Белоруссии, Казахстана, Латвии, Киргизии, вышла на рынки таких стран как Румыния, Болгария, Вьетнам, Китай. Перспективы развития компании «1С» за рубежом, являются подающими большие надежды.

Таким образом, использование информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) в учебном процессе является одним из актуальных требований современного образования.

БГУИР является ведущим вузом по подготовке IT специалистов в РБ. Одним из направлений такой подготовки являются специалисты в области внедрения и сопровождения современных программных продуктов «1С», предназначенных для автоматизации учета и бизнеса.

Обеспечение качественных специалистов сложно представить без участия ведущих компаний в области IT. Одним из лидеров подготовки кадров в сфере бухгалтерского учета, 1С программирования и 1С: Битрикс является компания «МиСофт». Сотрудничество компании ЗАО «МиСофт НВП» с УО БГУИР ведется не первый год. В рамках этого сотрудничества осуществляется:

– помощь в обучении и сертификации преподавателей;

– интеграция технологий разработки ЗАО «МиСофт НВП» в процесс обучения по учебным дисциплинам «Проектирование и разработка информационных систем» (7 семестр ПОИТ) и ERP-системы (8 семестр ПОИТ);

– использование учебно-методических материалов ЗАО «МиСофт НВП» для выработки компетенций по учебной дисциплине «ERP-системы (8 семестр ПОИТ)»;

– формирование базы, для проведения производственной практики на базе открывающейся лаборатории с привлечением специалистов ЗАО «МиСофт НВП»;

– привлечение студентов к разработке производственных решений совместно с разработчиками ЗАО «МиСофт НВП»;

– создание Центра сертификационного обучения и сертификация специалистов (в первую очередь по результатам изучения учебной дисциплин, что повышает конкурентоспособность выпускников на рынке труда);

– проведение дней карьеры на базе лаборатории использования опыта и учебно-методических материалов «1С:Клуб юных программистов» для профориентационной деятельности и работе со школьниками.

На данный момент в штат ИИТ БГУИР входят 3 сертифицированных специалиста семейства 1С. На базе ИИТ БГУИР проводятся курсы переподготовки специалистов по направлению 1С: Бухгалтерия, обучение слушателей центров занятости, слушателей Академии информатики для школьников БГУИР и др. Кроме того подразделения ИИТ БГУИР (учебный отдел, деканат, Бухгалтерия, приемная) используют в своей работе программу 1С, возможности которой постоянно дорабатываются и расширяются под нужды пользователей, сертифицированными специалистами ИИТ БГУИР.

Компания МиСофт" совместно с ИИТ БГУИР планирует провести 30-ую Международную олимпиаду по программированию учетно-аналитических задач на платформе "1С:Предприятие 8". Олимпиада будет проводится в два тура: региональный (г.Минск) и международный (г. Москва).

В Олимпиаде могут принимать участие студенты с 1-го по 5-й курс любого ВУЗа, получающие первое высшее образование, и учащиеся, получающие среднее профессиональное образование.

Выводы. Использование информационных технологий в учебном процессе значительно повышает эффективность усвоения материала слушателями и студентами.

Больших результатов можно достичь, применяя данные технологии в преподавании дисциплин по программированию и бухгалтерскому учету.

ЛИТЕРАТУРА

1. О. Н. Образцова, О. М. Бакунова, Д. М. Кугач, А. В. Хомяков Практико-ориентированное обучение в сфере информационных технологий в БГУИР и сотрудничество вуза с ведущими компаниями IT // Проблемы современного образования: материалы VIII международной научной конференции, 10-11 сентября 2017. – Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2017 - С.38-41

2. Бакунов А. М., Бакунова О. М., Калитеня И. Л., Образцова О. Н. Профориентация как предпосылка выбора профиля обучения // Непрерывная система образования "школа-университет". Инновации и перспективы : сборник статей Международной научно-практической конференции (23-24 февраля 2017 г.) - Минск : БНТУ, 2017. - С. 35-37.

3. Бакунов А. М., Бакунова О. М., Калитеня И. Л., Образцова О. Н. Применение ИКТ в образовательном процессе специальности «Программное обеспечение информационных технологий» специализации «Программное обеспечение обработки экономической и деловой информации» / Подготовка специалиста-профессионала в различных видах деятельности : [электронный ресурс] : материалы Республиканской научно-практической конференции с международным участием, Гомель, 23-24 ноября 2017 г. - Гомель : Гомельский областной институт развития образования, 2017. - С. 43 - 46.

4. О. М. Бакунова, О.Н. Образцова, Силинский, Р. А. Дистанционные технологии как способ оптимизации трудовых процессов инженеров испытательной лаборатории / // Дистанционное обучение – образовательная среда XXI века : материалы X международной научно-методической конференции (Минск, 7 - 8 декабря 2017 года). – Минск : БГУИР, 2017. – С. 286.

5. Бакунова О. М., Калитеня И. Л., Бакунов А. М., Малиновская Т. И. Применение ИКТ для оказания образовательных услуг лицам с особыми потребностями на примере изучения системы 1С дистанционно // Непрерывное профессиональное образование лиц с особыми потребностями: сборник статей международной науч.- практической конференции (Минск, 14 - 15 декабря 2017 года). – Минск: БГУИР, 2017. – С. 41 – 43.

6. Бакунова О. М., Калитеня И. Л., Бакунов А. М., Антонов Е. Д., Мелешкевич Д. В. Информационные компьютерные сети и системы в сфере образования // Непрерывное профессиональное образование лиц с особыми потребностями: сборник статей международной науч.-практической конференции (Минск, 14 - 15 декабря 2017 года). – Минск: БГУИР, 2017. – С. 39 – 41.

7. Бакунова О. М., Калитеня И. Л., Бакунов А. М., Нарижный, Е. Ю., Образцова О. Н. Внедрение мобильного по в качестве методического пособия для обучения лиц с особыми потребностями // Непрерывное профессиональное образование лиц с особыми потребностями: сборник статей международной науч.- практической конференции (Минск, 14 - 15 декабря 2017 года). – Минск: БГУИР, 2017. – С. 38 – 39.

8. Бакунова О. М., Калитеня И. Л., Бакунов А. М., Палуйко А. Ф., Антонов Е. Д., Гречко И. С. Использование нейронных сетей в образовании. INTERNATIONAL ACADEMY JOURNAL Web of Scholar 1(19), Vol.1, - Warsaw, Poland, 2018 С. 8 – 11

9. Бакунова О. М., Хмелевская А. Л., Беликов А.С., Мирончик А. Н., Агапкин Л. М., Чучвал А. Ю. Использование современных подходов и нейронных сетей для качественного образования в ВУЗах // I Международный симпозиум "Гуманитарные и общественные науки в Европе: достижения и перспективы"– Вена, Австрия 2018 г.

УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Гафурова Д. Р.,
Джалалов Ж. М.

Узбекистан, г. Ташкент, Ташкентский университет информационных технологий имени Мухаммада ал-Хоразми

Received 8 January 2018
Accepted 22 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

innovation,
innovation activity,
innovation activity management,
information communication technologies,
government regulation,
economy,
strategy

© 2018 The Authors.

ABSTRACT

In the given article theoretical foundations of innovation management, in particular, in the field of information and communication technologies are described. The field of information and communication technologies around the world is developing at a rapid pace, at the same time being introduced into all spheres of activity. Globalization has enabled the development of digital marketing and digital diplomacy, research centers are developing original ideas, offering breakthrough solutions, new proposals, the era of messenger advancement is developing, business needs marketing and new generation managers. The life cycle of innovative products in the field of information and communication technologies is shrinking at a rapid pace and there is a need for effective management of innovation in this industry. An analysis was carried out to identify the relationship between profit and investments in innovative activity by the example of the national operator of Uzbekistan "Uzbektelecom" JSC. A regression model of the relationship between expenditure and investment in innovation has been identified.
Also analysis of development pace of information and communication technologies in Uzbekistan, the connection between the development of ICT and innovation are described. Proposals and measures on development of management of innovative activity in the country are also given.

Введение. Отрасль информационно коммуникационных технологий во всем мире развивается быстрыми, стремительными темпами, при этом внедряются во все сферы деятельности. Ежесекундно во всем мире происходят технологические инновации, интернет и глобализация исчерпали слово «граница», развивается цифровой маркетинг и цифровая дипломатия, научно-исследовательские центры разрабатывают оригинальные идеи, предлагают прорывные решения, новые предложения, ищут нового покупателя, развивается эпоха продвижения мессенджеров, бизнес нуждается в маркетологов и менеджеров нового поколения. Информационно коммуникационные технологии (ИКТ) проникают в повседневную деятельность человека и оказывают большое влияние на частную и рабочую жизнь, социальную сферу, экономику, конкурентоспособность и статус страны в мировом сообществе.

Исследования многих учёных показывают, что существует непосредственная связь между развитием ИКТ и экономическим развитием страны. Повсеместное внедрение интернета и высокоскоростной связи является катализатором развития инновационных проектов, создает интеграционный эффект на другие отрасли национальной экономики, способствует ускорению и глобализации технологического прогресса и в конечном счете обеспечивает рост ВВП страны. Развивающиеся страны с более совершенной ИКТ инфраструктурой привлекают больше аутсорсинговых компаний и иностранных инвестиций.

Развитие информационно - коммуникационных технологий является одним из стратегических направлений модернизации экономики, развития инноваций и способствуют усилению стратегического положения любой страны в долгосрочной перспективе.

В Программе «Стратегия действий по развитию» государственного управления в Узбекистане закреплена стратегическая задача войти в число мировых лидеров по уровню развитию ИКТ. Правительство Узбекистана признает развитие отрасль информационно коммуникационных технологий одним из приоритетных направлений и ставит стратегические задачи по обеспечению высокоскоростного широкополосного доступа в Интернет (ШПД),

мобильной связи четвертого поколения (4G) и внедрению цифровых и электронных услуг на территории всей страны.

Развитие новых технологий и инновационных услуг, рост информатизации и технологической образованности общества, повышение качества и удобства связи, появление социальных электронных порталов, доступность многих форм мультимедийного контента на фоне снижения интернет-тарифов и себестоимости ИТ услуг, на уровне экономики страны призвано способствовать повышению производительности труда, стимулировать создание новых бизнесов и рабочих мест и в целом улучшать социальную сферу и качество жизни населения. В связи с развитием инновационной деятельности и процессов в сфере информационно коммуникационных технологий возникла необходимость пере рассмотрения и усовершенствования управления инновационной деятельностью.

Вопросы об управлении инновационной деятельности были рассмотрены многими зарубежными и отечественными учёными и были приведены определения. Например, А. В. Сурин под эффективным управлением инновациями предполагает преодоление барьеров, вызывающих задержки практической реализации новых идей, получение и сохранение конкурентного преимущества в результате быстрого выхода на рынок с инновационными продуктами и услугами. [1]

С. Н. Яшин рассматривает инновацию как инновационный проект и для управления требует особых профессиональных навыков и знаний. Чтобы гарантировать успех, руководство предприятия нанимает для управления проектом специально приглашенного топ-менеджера. [2]

Под управлением инновационными процессами зачастую понимают управление научной, научно-технической, производственной деятельностью и интеллектуальным потенциалом персонала компании в целях совершенствования способов, организации и культуры его производства и на основе этого удовлетворение потребностей рынка в конкурентоспособных товарах и услугах. [3]

Резюмируя научные трактовки исследователей в области управления инновационными процессами, можно сделать вывод, что управление инновационной деятельностью в основном рассматривается на уровне предприятий.

На наш взгляд, управление инновационной деятельностью – это поэтапный процесс поддерживающийся со стороны всех субъектов инновационной цепочки, которые согласованы между собой во всех уровнях управления.

Управление инновационной деятельностью в сфере ИКТ имеет свои особенности по сравнению с традиционной деятельностью. Прежде всего, это обусловлено тем что сфера ИКТ охватывает в себя и производственный процесс и услуги. Другой особенностью является ее рискованность. На любом этапе создания новых продуктов и услуг возможно очень короткий жизненный цикл.

На предприятиях сферы ИКТ инновации представляют собой важнейший компонент стратегии их инновационного развития, являясь инструментом достижения общекорпоративных целей и формой осуществления необходимых изменений. Исходя из видения руководства, формируются критерии принятия решения о реализации инноваций на предприятии, разрабатывается технологическая стратегия, на ее основе – программа инновационного развития. Конкуренция на рынке приводит к необходимости использования в процессе производства и реализации продукции достижений науки и техники, которые принимают форму технических, процессных, организационных и маркетинговых инноваций. Управление инновациями представляют собой форму реализации стратегии развития предприятия, поэтому инновационная составляющая менеджмента современного предприятия в целом, должна быть достаточно хорошо развита. Формирование механизма управления инновационными процессами в связи с этим должно быть научно обосновано, что требует разработки и исследования моделей инноваций.

Согласно итогам инновационной ярмарки проводимой ежегодно в Республике Узбекистан в 2017 году было представлено около 500 разработок, инновационных идей и проектов, направленных на развитие промышленности, сельского хозяйства, науки и образования, медицины и фармацевтики, сферы ИКТ и подписано свыше 320 договоров на около 14,1 млрд сумов. Из них одна треть отнесена к сфере информационно коммуникационных технологий.

Рис. 1. Сегменты рынка ИКТ в Узбекистане

По данным Международной исследовательской и консалтинговой компании International Data Corporation (IDC), в Узбекистане в 2017 году рынок ИКТ Узбекистана вырос на 6,9 % против роста в 4,8 % в 2016 году. При этом прирост в сегменте услуг – 17,6 %. Сегменты оборудования и программного обеспечения выросли на 6,1 и 13,6 % соответственно. (Рисунок 1).

Результаты исследования. Для анализа влияния инновационной деятельности в сферу ИКТ мы взяли национальный оператор Узбекистана «Узбектелеком» АК. По результатам исследований, модель, выражающая изменение размеров привлеченных инвестиций в инновационную деятельность (I) является параболической. В данной модели сходимость рядов параболической формы, равна 0.5644.

$$I = 1{,}0175 \times t^2 - 10{,}802 \times t + 68{,}454 \ (R^2 = 0{,}5644)$$

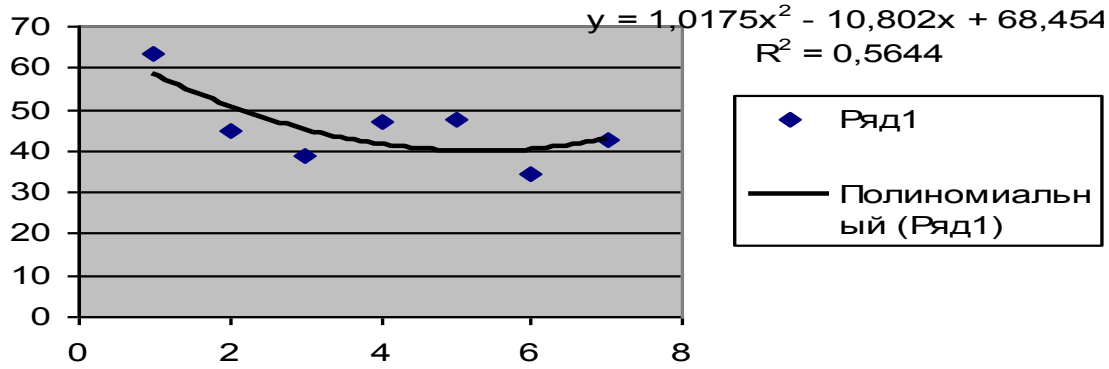


Рис. 2. Полиноминальная модель привлеченных инвестиций в инновационную деятельность

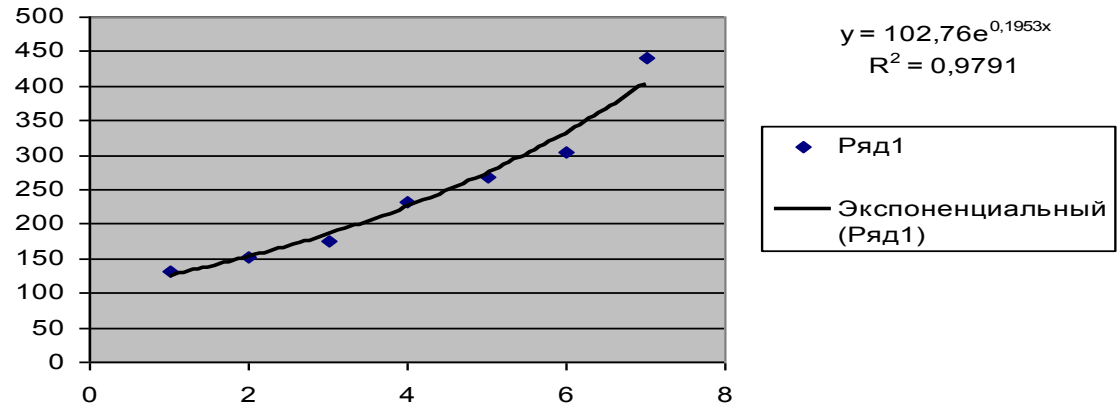
Издержки(X), в свою очередь, меняются по экспоненциальной модели. (рис.3). В данной модели сходимость рядов экспоненциального вида равна 0,9791.

Двухмерная линейная регрессионная модель чистой прибыли, связанная с размером привлеченных инвестиций в инновационную деятельность и издержками, имеет следующий вид:

$$S = 0{,}0548 \times I + 1{,}022 \times X - 3{,}093.$$

Исследования показывают что если не делать расходы и инвестиции в инновационную деятельность то компания не будет иметь прибыли.

Мировой опыт свидетельствует, что инновации в ИКТ – это прежде всего для развития бизнеса, и не только в вопросах использования технологий, а именно по части их производства и продажи. В этой связи закономерной тенденцией в ближайшей перспективе должно стать изменение позиции государства по отношению к управлении инновационной деятельностью при этом бизнес будет доминировать и разрабатывать конкурентоспособных коммуникационных технологий бизнесом с целью их использования, в т. ч. в коммерческих целях.



X= 102,76 x *exp*(0,1963 x t)

Рис. 3. Экспоненциальная модель издержек

При этом существует ряд проблем для формирования управления инновационной деятельностью:

– недостаточное формирование благоприятной экономической и правовой среды;

– построение инновационной инфраструктуры;

– совершенствование механизмов государственного содействия коммерциализации результатов научных исследований и разработок.

Развитие инновационной деятельности в отечественном рынке ИКТ зависит от нескольких факторов, таких как инновации на мировом рынке ИКТ, внешние и внутренние факторы на отечественном рынке. (Рисунок 4).

Рис. 4. Факторы влияющие на инновации в отечественном рынке ИКТ

Формирование управления инновационной системы Узбекистана требует решения следующих основных задач:

– совершенствование механизмов взаимодействия между участниками инновационной деятельности, включая оптимизацию взаимоотношений государственных научных организаций и государственных высших учебных заведений с промышленными организациями в целях продвижения новых технологий в производство, повышения квалификации производственного персонала;

– проведение действенной экономической политики в отношении участников инновационной деятельности, стимулирование внебюджетного финансирования, создание институциональных и правовых условий для развития венчурного инвестирования в наукоемкие проекты;

– создание и развитие объектов инновационной инфраструктуры, сети организаций по оказанию консалтинговых услуг в области инновационной деятельности в сфере ИКТ, содействие созданию и развитию в научно-технической сфере малых инновационных предприятий, бирж интеллектуальной собственности и научно-технических услуг.

Государственная политика Узбекистана в области развития управления инновационной системой в сфере ИКТ представляющая собой совокупность осуществляемых государством социально-экономических мер, направленных на формирование условий для развития данной сферы и конкурентоспособной инновационной продукции и услугами на базе передовых достижений науки, техники и технологий и повышение доли такой продукции в структуре ИКТ, а также системы продвижения и реализации продукции и услуг на отечественном и мировом рынках. Целью государственной политики Узбекистана в области развития инновационной системы в сфере ИКТ является формирование экономических условий для вывода на рынок конкурентоспособной инновационной продукции в интересах реализации стратегических национальных приоритетов Узбекистана путем объединения усилий государства и предпринимательского сектора на основе взаимовыгодного партнерства.

Содержанием инновационной деятельности субъектов инновационной системы Узбекистана является:

– проведение анализа и формирование прогноза направлений научно-технологического и инновационного развития ИКТ с учетом реальных условий рыночного потребления;

– развитие инфраструктуры инновационной системы Узбекистана;

– вовлечение в хозяйственный оборот результатов интеллектуальной деятельности;

– технологическое переоснащение отрасли для выпуска инновационной продукции в данной отрасли;

– проведение экспертизы разработок, оказание консультационных, информационных, юридических или иных интерактивных услуг по выводу инновационной продукции на рынок.

Инновационная деятельность базируется на приоритетах, которые формируются в сфере коммерциализации результатов исследований и разработок во взаимодействии с предпринимательским сектором экономики исходя из национальных интересов страны и с учетом мировых тенденций развития науки, технологий и техники.

В задачи Стратегии развития науки и инноваций в Узбекистане входит:

– создание эффективной национальной инновационной системы;

– развитие институтов использования и правовой охраны результатов исследований и разработок;

– модернизация экономики на основе технологических инноваций.

Выводы. В результате реализации Стратегии развития науки и инноваций в Узбекистане должны быть созданы сбалансированный, устойчиво развивающийся сектор исследований и разработок, имеющий оптимальную институциональную структуру, обеспечивающий расширенное воспроизводство знаний, конкурентоспособный на мировом рынке, и эффективная инновационная система, встроенная в глобальную инновационную систему, обеспечивающая взаимодействие сектора исследований и разработок с отечественным предпринимательским сектором и соответствующая по основным параметрам инновационным системам развитых стран мира, а также осуществлена технологическая модернизация экономики, способствующая повышению ее конкурентоспособности на основе передовых технологий.

В управлении инновационной деятельностью необходимо учитывать внутренние и внешние факторы. В частности, в сфере ИКТ жизненный цикл инновационной деятельности достаточно краток и требует тактического подхода.

ЛИТЕРАТУРА

1. А. В. Сурин, О. П. Молчанова, Инновационный менеджмент, учебник для вузов, Москва 2008

2. С. Н. Яшин, И. Л. Туккель, Е. В. Кошелев, Ю. С. Коробова, Ю. В. Захарова Разработка и принятие решений в управлении инновациями, Нижний Новгород, 2017

3. В. Е. Пятецкий Управление инновационными процессами: методологические основы и принципы инновационного менеджмента в управлении предприятиями : учеб. пособие. – М. : Изд-во МИСиС, 2012. – 152 с.

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО МОДЕЛЮВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СФЕРИ РЕГІОНУ

д. е. н. ***Григорук П. М.,***
к. п. н. ***Григорук С. С.***

Україна, м. Хмельницький, Хмельницький національний університет

ARTICLE INFO
Received 8 January 2018
Accepted 25 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS
region,
social sphere,
modeling,
integral index,
forecasting

ABSTRACT
The article is devoted to the study of issues related to modeling the social sphere of the region. The concept and characteristics of the social sphere are considered, its components are highlighted. The main features of the region as a modeling object are established. A description of the most common approaches to modeling the social sphere of the region is presented, in particular, the use of balance models, models of mathematical programming, models of forecasting dynamics based on the extrapolation of the trend. Special attention is paid to models of comprehensive assessment by integral index. The directions of models application, drawbacks and limitations in their use are presented.

© 2018 The Authors.

Вступ. Соціальна сфера є базовою самостійною сферою суспільного буття, яка охоплює усі прояви та реалії функціонування діяльності як суспільства в цілому, так і окремих його соціальних груп та індивідів. Тому вирішення соціальних завдань має першочергове значення для розвитку економіки, оскільки здійснює позитивний вплив на головну продуктивну силу суспільства – людину.

Досягнення високої ефективності реалізації соціальної політики на регіональному рівні вимагає використання сучасних підходів до моделювання і прогнозування соціально-економічного розвитку регіонів. При його аналізі досліднику доводиться мати справу з вибірковими сукупностями статистичних та аналітичних даних. Їх опис надає можливості оцінити реальний стан та перебіг досліджуваного економічного чи суспільного явища, змоделювати його динаміку і визначити шляхи оптимізації.

На нашу думку, досить чітко розкриває зміст категорії «соціальна сфера» визначення, запропоноване Центром перспективних соціальних досліджень: «соціальна сфера – це сукупність усіх галузей життєдіяльності суспільства, взаємопов'язаних з державними і недержавними установами, організаціями і підприємствами, які забезпечують загальний рівень життя громадян та сприяють зростанню їх благополуччя в державі, створюючи при цьому оптимальні умови для реалізації та самореалізації здібностей та інтересів тих же громадян» [1]. Іншими словами, це сукупність матеріальних, фінансових і трудових ресурсів, а також виробничих відносин, які виникають в процесі їх взаємодії; специфічна галузь людської діяльності, предметом якої є громадяни країни з їх проблемами.

Слід зазначити, що вагомою складовою соціальної сфери є соціальна інфраструктура, під якою розуміють сукупність матеріальних об'єктів, які забезпечують загальні умови для ефективної діяльності людини в усіх сферах суспільного життя. Соціальну інфраструктуру поділяють на соціально-побутову та соціально-культурну. Якщо соціально-побутова спрямована на створення умов для відтворення людини як біологічної істоти (через побутове середовище), задоволення її потреб через належні умови життя, то соціально-культурна сприяє відтворенню духовних, інтелектуальних (через культурно-освітнє середовище) та значною мірою фізичних властивостей індивіда, формуванню як економічно активної особистості, що відповідає певним вимогам суспільства до якості робочої сили [2, с. 291].

Для аналізу соціальної сфери регіону необхідно побудувати її модель, Це надасть змогу ґрунтовно проаналізувати всі процеси, які протікають в такій системі, дослідити тенденції в зміні основних показників результативності функціонування регіону. У процесі такого аналізу з'являється можливість визначити найбільш значимі елементи системи за рівнем впливу на основні результати діяльності, а також ефективність взаємодії регіональних складових. Тому особливу важливість отримують питання прогнозування та моделювання територіальної

соціально-економічної динаміки, вивчення проблематики оптимізації прийняття державно-управлінських рішень.

Результати дослідження. Моделювання виступає одним з найважливіших аналітичних інструментів теорії пізнання. Стосовно соціальної сфери, його метою є відтворення даних, що відображають реальний перебіг соціальних та економічних процесів, опис та дослідження внутрішніх рушійних сил цих процесів, оцінювання реального стану розвитку соціальної сфери а також прогнозування тенденцій його зміни. При цьому слід зауважити, що модель виступає аналогом досліджуваної системи за найбільш істотними властивостями, які адекватно відображають оригінал, тому вибір цих властивостей повинен корелювати із завданнями дослідження та очікуваними результатами.

Складовими соціальної сфери є соціальні об'єкти, подані живими людьми, соціальними групами, суспільством у цілому, тому безпосереднє їх дослідження об'єкта неможливе, є складним з технічної точки зору, потребує тривалого часу, а деяких випадках взагалі не є можливим. Тому за таких умов використання моделювання є виправданим та доцільним інструментом дослідження.

Предметом соціального моделювання є проблемна ситуація. Її об'єктивний бік визначається протиріччями між процесом розвитку соціальної сфери регіону й процесом її стабілізації, між потребами соціальних груп, що виникають, та засобами їхнього задоволення. Суб'єктивними чинниками дослідження проблемної ситуації є розуміння її значущості та необхідності її вирішення, вибір інструментарію та інформаційної бази для її дослідження та сформовані управлінські рішення.

Серед функцій соціального моделювання доцільно виділити такі:

- поглиблення знань щодо поведінки соціальної системи та її складових ;
- визначення основних сутнісних характеристик, чинників, що їх визначають та тенденцій їх зміни;
- виявлення якісних характеристик соціальної сфери на напрямів їх зміни.

Методологічною основою моделювання розвитку соціальної сфери регіону є системний аналіз, центральною процедурою якого є побудова узагальненої (єдиної) моделі регіону, що відображає всі фактори і взаємозв'язки реальної системи.

Ми підтримуємо думку В. Ковальчука [3, с. 150], що регіон як об'єкт моделювання характеризується такими характерними рисами:

слабкістю теоретичних знань, якісним типом знань про систему, відсутністю теорії розвитку регіону;

високим рівнем невизначеності вихідної інформації. Розрізняють внутрішню і зовнішню невизначеність. Внутрішня це сукупність тих факторів, які не контролюються особою, яка приймає рішення повністю, але вона може чинити на них вплив. Зовнішня визначається типом взаємодії із зовнішнім середовищем це ті чинники, що знаходяться під слабким контролем особи, яка приймає рішення;

наслідок цього є те, що результати рішення часто мають якісна спрямування і дають змогу робити висновки про напрямки розвитку динамічних процесів, виконувати аналіз їх стійкості. Вважаємо, що аналіз та моделювання соціально-економічних регіональних процесів необхідно виконувати з урахуванням таких характерних особливостей:

регіон розглядається як складна слабко структурована система, системне моделювання якої передбачає виявлення великої кількості взаємопов'язаних причинно-наслідкових зв'язків між факторами, результат дії яких не завжди очевидний при прийнятті рішень, в описі структуризації об'єкта моделювання присутня велика частка експертних знань;

регіональні системи стохастичні, дослідження яких необхідно виконувати в умовах невизначеності і неоднозначності;

регіон соціальна система, тому в ній домінують і враховуються природні та психологічні фактори. При прийнятті рішень необхідно враховувати довготермінові інтереси суспільства, насамперед забезпечувати умови відтворення людського життя; регіон динамічна система. Дослідження процесів відтворення вимагає вивчення динаміки розвитку системи, аналізу процесів росту, з урахуванням загального життєвого циклу регіону та його частин;

регіон є саморегулюючої системою. Управління йде через внутрішньо-організаційні процеси саморегулювання і засноване на зміні законів та методів внутрішнього управління.

Дослідження соціальної сфери не може відбуватись ізольовано від дослідження економічного розвитку регіону. Тому в цьому контексті доцільно говорити про соціально-економічний розвиток.

Розглянемо систему показників соціально-економічного розвитку регіону. Соціально-економічна складова рівня розвитку регіону відіграє двояку роль: всебічного розвитку особистості, з одного боку, певного способу задоволення потреб населення району в послугах соціальної інфраструктури – з іншого.

Якщо виходити з всебічного розвитку особистості, то неодмінними умовами є досягнення певного рівня життя (матеріальний аспект), сукупність форм і видів життєдіяльності людей. Нормальні умови життєдіяльності чималою мірою забезпечуються шляхом задоволення суми матеріальних, соціальних і культурних потреб у процесі користування благами та послугами підприємств соціальної інфраструктури регіону. Ступінь задоволення цих потреб повинен відображатися відповідною системою показників.

Узагальнений підхід до оцінки рівня розвитку дає змогу сформувати ієрархічну структуру показників, всі соціально-економічні показники якої знаходяться між собою в складному взаємозв'язку, і виконати побудову агрегованих показників, що характеризує соціально-економічний рівень розвитку регіону. Система таких показників у є складною ієрархічною структурою з великою кількістю часткових показників, до якої, залежно від завдання управління, можуть належати критерії, що відображають соціальний, економічний та інші ефекти варіанту розвитку. Однак, як зазначає Г. Д. Волобуєва [4], емпірична оцінка результату функціонування галузей соціальної сфери часто стикається із труднощами їх якісного і кількісного оцінювання, оскільки соціальні ефекти, зумовлені багатьма видами діяльності, зокрема охороною здоров'я, наданням послуг освіти і культури, мають, як правило, властивість виявлятись у довгостроковому періоді. До теперішнього часу залишається розмитою і кількісно невизначеною не тільки сама критеріальна основа для оцінювання соціального ефекту, а й розуміння значущості соціальної сфери.

Система показників включає інтегрований критерій, що відображає рівень життя населення в регіоні (наприклад, національний дохід на душу населення). На верхньому рівні цієї ієрархічної структури виділяють три групи агрегованих критеріїв, до яких належать:

- узагальнююча оцінка соціальних параметрів регіону;
- показники, що характеризують об'єктивні економічні (виробничі) умови регіону;
- змінні, що відображають соціальні характеристики позавиробничої сфери, залежні від розвитку виробництва.

Своєю чергою, агреговані показники дають загальну оцінку стану соціально-економічної структури і включають демографічні, соціально-професійні, трудові та суспільно-політичні параметри, а також параметри, що відображають умови життя, праці і побуту населення регіону.

Моделювання регіонального розвитку у своїй основі розвивалося на базі моделей макроекономічного розвитку країни в цілому, які історично більш широке розповсюдилися через те, що до 60-х років XX століття основна увага економістів приділялася більшою мірою питанням розвитку світової та національних економік. При цьому економіка регіону розглядалася в кращому випадку на рівні формування та розрахунку галузевих пропорцій і диспропорцій.

Ми погоджуємось із думкою Ю. М. Харазішвілі та О. О. Любіча [5], що моделі макроекономічного розвитку мають численні вади: в них не визначено, чи є інфляція реальним або фінансовим феноменом. У жодній моделі не обчислюються потенційний ВВП та коефіцієнт завантаження виробничих засобів і, як результат, ефективність економіки.

Після проведення масованої індустріалізації, яку в основних рисах було закінчено на початку 60-х років, великої популярності як у наукових колах, так і в практичному плануванні, отримують балансові моделі, зокрема модель міжгалузевого балансу (далі –МГБ), побудована на основі відомої моделі В. Леонтьєва. Мета балансового аналізу – дати відповідь на питання, що виникає в макроекономіці та пов'язане з ефективністю ведення багатогалузевого господарства: яким повинен бути обсяг виробництва різних галузей, щоб задовольнити всі потреби у продукції будь-якої з них. При цьому кожна галузь виступає, з одного боку, як виробник певної продукції, а з іншого – як споживач і своєї, і виробленої іншими галузями продукції [6]. Метод спрямований на відшукання галузевих пропорцій. Його розроблення реально виливається в заповнення спеціальних таблиць, що відображають процеси розподілу продукції й структуру її витрат. У рамках цієї моделі регіональна модель розглядається з позиції підсистем регіону – галузей. Отже, сама модель спрямована на визначення доцільності вкладання інвестиційних коштів у розвиток виробництва, тобто не розглядає регіон у його соціально-економічній цілісності.

Крім того, певні вади має власне модель МГБ в умовах практичного застосування в реаліях України. Істотним ускладненням моделі Леонтьєва є включення обмежень на значення змінних. Однією з особливостей моделі є те, що вона включає в себе математичні проблеми аналізу ряду лінійних систем, таких як системи лінійних алгебраїчних рівнянь з квадратною матрицею обмежень, лінійних алгебраїчних нерівностей з відповідною матрицею обмежень, а також і завдань лінійного програмування [7].

Як слушно зазначає Г. В. Макаркіна [8, с.142], при дослідженні регіональних процесів за моделлю МГБ найчастіше застосовуються методи, що діють в умовах повної визначеності. Однак у реальності значення технологічних коефіцієнтів і коефіцієнтів капіталомісткості не стабільні в часі, причому в умовах ринкової трансформації їхній розкид збільшується, що змушує використовувати інші підходи до оцінювання цих параметрів. Так, якщо виходити з припущення, що зміни значень таких коефіцієнтів носять імовірнісний характер, то вони можуть бути представлені як випадкові величини, які залежать від стану природи. Незважаючи на обґрунтованість умов і методів вирішення задачі знаходження шуканого вектора кінцевого продукту з використанням моделі МГБ у стохастичній постановці, її реалізація в умовах української економіки досить складна. Низька якість інформації, що надається в статистичні служби підприємствами регіону, а також постійне коригування методики оцінювання економічних показників і форми подання статистичної звітності як на мікро-, так і на макрорівні не дозволяють побудувати адекватні ймовірнісні закони розподілу коефіцієнтів МГБ.

Ці недоліки можуть бути частково виправлені шляхом застосування механізмів аналізу, використовуваних в умовах невизначеності. У згаданій роботі Г. В. Макаркіної, зокрема, робиться подібна спроба. Однак це не позбавляє модель МГБ її спрямованості на сталий розвиток регіоноутворюючих галузей без урахування їх природних, соціальних, духовних, екологічних особливостей, без чого неможлива сучасна регіональна політика.

Зі здобуттям Україною незалежності та з початком імплементації європейських принципів регіональної політики у вітчизняну практику перед регіональною політикою в Україні постали завдання нівелювання соціально-економічних розривів у розвитку регіонів, що вимагає принципово нових методів моделювання регіонального розвитку.

У цих умовах недостатнім стає планування розвитку виробничих галузей як основи економічного розвитку. В роботі [9] виділено такі основні ознаки сталого розвитку регіону:

– рівноважність – досягнення стану динамічної рівноваги регіональної соціо-еколого-економічної (далі –СЕЕ) системи; – збалансованість – досягнення оптимального співвідношення якісних та кількісних характеристик регіональної СЕЕ системи;

– стабільність – підтримання протягом якомога тривалішого терміну позитивних параметрів розвитку регіональної СЕЕ системи;

– гармонійність – взаємопов'язаність між соціальною, економічною та екологічною сферами регіону;

– конкурентоспроможність – активізація потенційних можливостей регіону нарощувати та ефективно використовувати конкурентні переваги у кожній його підсистемі для забезпечення сталого розвитку регіону, а також упровадження нових досягнень науково-технічного прогресу у виробництво, довкілля та соціальну сферу регіону;

– безпека – використання потенціалу регіональної СЕЕ системи, здатність до самовідтворення та недопущення дії дестабілізуючих чинників.

Значне місце у дослідженні соціально-економічних регіональних систем відводиться моделям математичного програмування. Вони дозволяють оцінити зв'язок між ресурсним забезпеченням розвитку соціально-економічної системи, та визначеним критерієм ефективності розвитку. Зокрема, науковцем Т. В. Рудаковою розроблено комплекс таких моделей [10]. У них регіон представлено відкритою системою, яка складається з трьох взаємодіючих підсистемам: ресурсної, виробничої та соціальної. Модель має вигляд завдання лінійного програмування, у якому для кожної складової розроблена система обмежень: ресурсні, інвестиційні, виробничі, витрати на соціальний сектор, державне фінансування. Критерієм оптимізації виступає мінімізація фінансових ресурсів, необхідних для залучення інших виді ресурсів (матеріальних і технологічних) для виробництва продукції, відтворення виробничого сектора та розвитку соціального сектора у відповідний період часу. Таким чином, установлюються завдання для ресурсної і виробничої підсистем на виробництво продукції *i*-го виду економічної діяльності, що повинно забезпечити розв'язання соціальних проблем у період, що розглядається [10, с. 9-11].

Модель Т. В. Рудакової, попри очевидні плюси у вигляді врахування соціальної складової, не позбавлена недоліків, серед яких можна зазначити насамперед відсутність у системи обмежень моделі чинників загальнодержавного рівня (внаслідок відкритості досліджуваної системи) і, відповідно, неможливість дослідження розвитку регіону у сукупності з розвитком інших регіонів та досягнення загальнодержавних інтересів.

Подібна модель представлена в дослідженні В. Г. Поліщука [11], однак цим науковцем включена також екологічна складова регіональної системи. Його модель побудована на принципах сталого розвитку регіону, інструментарій дослідження базується на інтегральному оцінюванні рівня сталого розвитку. При цьому використовуються стандартизовані індекси, до яких належать індекси соціального, економічного та екологічного розвитку регіону [11, с. 9]. Серед недоліків представленої моделі можна відзначити відсутність механізмів для прогнозування можливих напрямів розвитку регіонів.

Оригінальним видається моделювання, запропоноване С. О. Зульфугаровою [12, с. 11]. Вона розглядає регіон як систему, яка має прагнути до ідеалу, як цілі такої системи виділяє складові, наведені на рисунку 1.

ДОСТАТОК	***ПРАВДА***
- ВДВ на душу населення ($k1$); - середній валовий дохід на душу населення ($k2$); - відсоток умовно здорових жителів регіону ($k3$)	- кількість працівників вищої кваліфікації (кандидатів та докторів наук), що займаються науково-дослідною роботою, на тисячу населення регіону ($k4$); - відсоток охоплених середньою освітою ($k5$); - відсоток охоплених вищою освітою ($k6$)
ДОБРО	***КРАСА***
- кількість злочинів на тисячу населення регіону ($k7$); - індекс Джині ($k8$); - показник екологічного навантаження ($k9$)	- відвідування закладів культури та дозвілля за рік на тисячу населення ($k10$); - сукупний тираж ЗМІ регіону на тисячу населення й кількість радіостанцій і місцевих телеканалів ($k11$); - кількість охоплених різними видами спорту на тисячу населення ($k12$)

Рис. 1. Показники соціально-економічного рівня розвитку регіонів для моделі С. О. Зульфугарової

Модель має за мету оптимізацію використання бюджетних коштів на розвиток регіону за зазначеними цілями. Причому під оптимізацією авторка розуміє такий розподіл коштів, який дасть змогу досягти стану, що має мінімально можливі відмінності від стану ідеального регіону.

Наведена модель є такою, що відповідає сучасним європейським тенденціям регіональної політики, спрямованої як на економічний, так і духовний розвиток регіонів. Однак модель має характерний для розглянутих вище моделей недолік – відсутність комплексного врахування інтересів регіону та держави в цілому.

Одним із системоутворюючих інструментів моделювання соціально-економічного розвитку регіону [13] є імітаційне моделювання, який :

– надає змогу формувати узагальнену модель системи на основі єдиного масиву даних;

– реалізує ітераційне спрямування розробки моделі, поетапність деталізації модельованих підсистем, що дає змогу поступово збільшувати повноту оцінки прийнятих рішень у міру виявлення нових проблем і отримання нової інформації;

– пропонує нову методологічну основу наукового дослідження –експеримент на імітаційній моделі, за допомогою чого можна оцінювати наслідки прийнятих рішень не на живих людях, а на комп'ютерних моделях, виробляти стратегію розвитку;

– широко застосовується в системах прийняття рішень, оскільки дає змогу аналізувати велику кількість альтернатив, стратегій, проводити сценарні розрахунки, досліджувати стохастичні системи в умовах невизначеності тощо;

– сприяє вивченню динаміки розвитку соціальних систем.

Загальна проблематика імітаційного моделювання включає низку аспектів:

– методологічний, пов'язаний зі створенням нових концепцій формалізації і структуризації модельованих систем, розвитком методологічних основ системного моделювання, орієнтованих на математичну та інформаційну підтримку всього циклу системного моделювання: від постановки проблеми і формування концептуальної моделі до

аналізу результатів обчислювального експерименту і прийняття рішення; відпрацюванням підходів до створення стратифікованих описів модельованих систем, розробкою методології побудови систем підтримки прийняття державно-управлінських рішень в області комплексних проектів з моделювання та ін.;

– математичний, пов'язаний з широким використанням в імітаційному моделюванні взагалі, і в процедурах обчислювального експерименту, зокрема, статистичних методів самого різного призначення, математичних методів оптимізації і прийняття рішення, методів штучного інтелекту;

– технологічний аспект.

На сьогодні імітаційне моделювання стає все більш зрілою комп'ютерною технологією, основними напрямками вдосконалення сучасних систем моделювання є: створення проблемно-орієнтованих систем моделювання в різних галузях досліджень; об'єктно-орієнтоване моделювання; застосування структурно-функціонального підходу, вдосконалення інструментів для проведення сценарних розрахунків; інформаційна (доступ до баз даних) та математична підтримка процедур аналізу вхідних даних, пов'язаних із плануванням, організацією та проведенням спрямованого обчислювального експерименту на імітаційній моделі; розробки в області взаємодії імітаційного моделювання із Інтернет тощо.

На макрорівні модельного комплексу використовуються моделі і методи системної динаміки. Концепція системної динаміки дає змогу моделювати динамічні процеси на високому рівні агрегування, її основою є уявлення про функціонування динамічної системи як сукупності потоків (грошових, продукції, людських тощо). Зміст базової концепції структуризації в методах системної динаміки може інтерпретуватися як спосіб структуризації диференціальних моделей. У загальній структурній схемі моделей системної динаміки виділені дві частини: мережа потоків і мережа інформації. Моделі системної динаміки застосовуються спільно з диференціальними рівняннями балансового типу, а також у поєднанні з принципами і методами логістики, заснованими на оптимізації, управлінні, інтеграції потоків у складних системах.

Перспективними є застосування комп'ютерного моделювання в поєднанні з іншими методами прийняття рішень, інтелектуальними технологіями, експертними процедурами, реалізація імітаційно-оптимізаційних обчислювальних процедур на основі компенсаційних підходів.

Соціальна сфера характеризується великою кількістю показників, які мають різну динаміку, різний напрямок позитивного впливу, різні одиниці вимірювання, що ускладнює формулювання адекватних висновків стосовно тенденцій розвитку соціальної сфери. Інша проблема пов'язана з відсутністю єдиного підходу до проведення такого оцінювання. Відповідно, відсутня єдина система індикаторів для проведення як кількісного, так і якісного оцінювання соціального розвитку. За таких умов доцільним застосування інтегрального оцінювання соціальної сфери, яке полягає у зведенні відібраної системи показників до єдиного комплексного, або інтегрального показника. Він розраховується за допомогою методу таксономії, який дозволяє, по-перше, використовувати показники з різними одиницями вимірювання; по-друге, враховувати показники різного інформаційного простору (позитивна динаміка показника може характеризувати як зниження, так і зростання рівня соціально-економічного розвитку). Його використання забезпечує методологічну єдність всіх її часткових показників і однозначну оцінку рівня і динаміки досліджуваного процесу. Перевагою такого оцінювання є і те, що воно дозволяє здійснювати аналіз рівня розвитку соціальної сфери регіону, або зіставляти різні регіони в окремі періоди часу.

Один з таких підходів наведений у роботі В. Б. Артеменка, який заснований на концепції якості життя [14]. Відзначимо, що показники якості життя і побудовані на їх базі моделі отримують дедалі більший розвиток як у закордонній, так і в міжнародній практиці, зокрема в діяльності ООН. Автором для моделювання якості життя запропонував цілком репрезентативний набір показників якості життя, які включають у себе такі критерії, як якість населення, добробут населення, якість соціальної сфери, довкілля, фінансового забезпечення. Кожний з указаних компонентів розбивається на групові індикатори, а кожний із групових індикаторів – на статистичні показники. серед недоліків можна відзначити те, що у моделі цього автора реалізовано тільки аналітичну складову модель, й не запропоновано механізмів визначення цільових показників.

Слід зазначити, що регіон (подібно будь-який інший соціально-економічній системі) знаходиться в постійному розвитку. У зв'язку з цим виникає необхідність в постійному перегляді критеріїв для отримання об'єктивних результатів оцінювання. Незважаючи на деякі відмінності в ієрархії цінностей і цілі розвитку, міжнародні організації оцінюють рівень розвитку країн і регіонів за деякими універсальними інтегральними показниками. Одним з таких є індекс

людського розвитку (ІЛР), який щорічно розраховується експертами Програми розвитку Організації Об'єднаних Націй спільно з групою незалежних міжнародних експертів, які використовують у своїй роботі, поряд з аналітичними розробками, статистичні дані національних інститутів і міжнародних організацій. Він являє собою сукупний показник рівня розвитку людини в тій чи іншій країні, тому іноді його використовують як синонім таких понять, як «якість життя» або «рівень життя». ІЛР вимірює досягнення країни з точки зору стану здоров'я, отримання освіти і фактичного доходу її громадян. Слід зазначити, що такий показник характеризує соціальну сферу країни в цілому, і для окремих її регіонів не розраховується.

Для регіональний систем вітчизняними науковцями на даний час також розроблені науково-методичні підходи щодо інтегрального оцінювання соціального розвитку, які відрізняються як набором часткових показників, так і алгоритмами розрахунку. Їх перевагами є простота реалізації, зниження суб'єктивізму в оцінюванні та адекватність меті дослідження [15, 16, 17]. Зазвичай інтегральний показник застосовується для зіставлення різних регіонів за рівнем соціально-економічного розвитку, але його можна застосовувати і для окремих регіонів, зокрема, для визначення рівня або динаміки розвитку соціальної сфери.

Важливим елементом моделювання соціально-економічних систем є прогнозування – складова модельного інструментарію пізнання. Воно спрямоване на вирішення низки завдань, орієнтованих на вивчення поведінки досліджуваної системи у майбутньому.

Соціальне прогнозування являє собою інструмент для дослідження соціальної сфери, який надає можливість передбачати, прогнозувати майбутнє, й при цьому одночасно допускає синтез різнобічних знань про суспільство. Об'єктом прогнозування виступають соціальні та економічні процеси, явища або події. Метою прогнозу виявлення реальних тенденцій зміни соціальної сфери, оцінювання чинників, що здійснюють як позитивний, так і негативний вплив на соціальне життя регіону. При цьому завданнями прогнозування є не лише не лише передбачення поведінки соціальної сфери у майбутньому, але й створення підґрунтя для вироблення комплекс заходів, спрямованих на усунення регресивних тенденцій в соціальному та економічному розвитку та сприяння ефективному впливу ці явища у потрібному напрямку.

Серед них найбільш поширеними є методи екстраполяції, в основі яких покладені часові й параметричні ряди ретроспективного розвитку об'єкта прогнозування. Одним і з найбільш поширених підходів до прогнозування на основі екстраполяції тенденцій є використання трендових моделей. Вони відображають вплив одразу всіх чинників та тенденцію зміни показника в часі, вирізняються з одного боку своє простотою, а з іншого – досить високою точністю прогнозу. Зокрема, такий підхід відображено в роботі [18, 19].

Ефективним інструментом аналізу тенденцій та прогнозування перспектив соціально-економічного розвитку є економетричні моделі. Вони ґрунтуються на вивченні взаємодії різних економічних процесів і показників та відображення цієї взаємодії у формалізованому вигляді. Особливо ефективно використання економетрії при вивченні динаміки і тенденцій розвитку складових соціальної сфери, виявлення впливу найважливіших факторів на кінцеві результати.

В останні роки суттєво зросла увага до створення та використання економетричних моделей для економічного прогнозування. Вважається, що найбільш ефективним напрямком застосування економетрії для прогнозування показників соціальної сфери являється багаторівневий підхід, коли система моделей як би копіює систему управління.

Висновки. Таким чином, на сьогодні вкрай важливим є проведення аналізу та оцінювання тенденцій розвитку сучасного стану соціальної сфери на регіональному рівні з виділенням основних проблем її розвитку, і відповідно, розробки можливих шляхів їх вирішення шляхом застосування сучасного аналітичного інструментарію. Для дослідження соціальної сфери на регіональному рівні на даний час розроблений потужний економіко-математичний інструментарій. На наш погляд, зважаючи на завдання, які потрібно вирішувати при визначенні стану розвитку соціальної сфери, найбільш придатним інструментарієм є інтегральне оцінювання. Цей підхід, з одного боку, враховує комплексний характер досліджуваної системи, а з іншого, дозволяє звести результат до єдиної характеристики, що спрощує формулювання висновків. Множинність підходів до моделювання соціально-економічного розвитку свідчить про необхідність використання математичних методів та економетричних моделей у регіональних дослідженнях. Соціальне прогнозування з його технікою і технологією є також важливим інструментом дослідження соціальної сфери, підсиленням її наукового потенціалу і результативності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Центр перспективних соціальних досліджень [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cpsr.org.ua

2. Єпіфанов, А. О. Управління регіоном : навч. посібник / А. О. Єпіфанов, М. В. Мінченко, Б. А. Дадашев ; ред. А. О. Єпіфанов. – Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2008. – 361 с.

3. Ковальчук В. Г. Системне моделювання соціально-економічного розвитку регіонів / В. Г. Ковальчук // Ефективність державного управління. – 2013. – Вип. 35. – С. 149 – 155.

4. Волобуєва Г. Д. Державна політика розвитку соціальної сфери у взаємозв'язку з іншими сферами регулювання [Електронний ресурс] / Г. Д. Волобуєва. // Державне управління: удосконалення та розвиток. – 2012. – № 10. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/Duur_2012_10_14.

5. Харазішвілі Ю. М. Системне моделювання соціально-економічного розвитку України [Електронний ресурс] / Ю. М. Харазішвілі, О. О. Любіч // Проблеми та перспективи інноваційного розвитку економіки : матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції. – Режим доступу : http://iee.org.ua/files/alushta/07-harazishvili-systemne_model.pdf.

6. Алібеков Г. Математико-економічна модель Леонтьєва міжгалузевого балансу [Електронний ресурс] / Г. Алібеков // Менеджмент. – 2008. – № 10. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum /Menedzhment/2008_10/alibek.htm.

7. Кудин В. Анализ свойств модели Леонтьева при нечётко заданных параметрах критериальной функции методом базисных матриц [Електронний ресурс] / В. Кудин, Г. Кудин, А. Волошин. // Intenational Book Series. Information science and computing. – 2008. – № 7. – Режим доступу : http://www.foibg.com/ibs_isc/ibs-07/IBS07-p12.pdf

8. Макаркіна Г. В. Модель оптимізації розвитку економіки індустріального регіону в умовах невизначеності інформації / Г. В. Макаркіна // Вісник Донбаської державної машинобудівної академії. – 2008. – № 1. – С. 139 – 151.

9. Герасимчук З. В. Стимулювання сталого розвитку регіону: теорія, методологія, практика : монографія / З. В. Герасимчук, В. Г. Поліщук. – Луцьк: РВВ ЛНТУ, 2011. – 516 с.

10. Рудакова Т. В. Економіко-математичне моделювання розвитку соціально-економічної системи регіону : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.11 / Т. В. Рудакова. – К., Міжнар. наук.навч. центр інформ. технологій та систем НАН України. – 2010. – 21 с.

11. Поліщук В. Г. Стимулювання сталого розвитку регіону : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.05 / В. Г. Поліщук. – Луцьк, Луц. нац. техн. ун-т. – 2010. – 24 с.

12. Зульфугарова С. О. Моделі управління економічним розвитком регіону : автореф. дис. … канд. екон. наук : 08.00.11 / С. О. Зульфугарова. – Запоріжжя, Класич. приват. ун-т. – 2010. – 20 с.

13. Ковальчук В. Г. Системне моделювання регіональних процесів [Електронний ресурс] / В. Г. Ковальчук. – Режим доступу : http://me.fem.sumdu.edu. ua/ docs/d079.pdf.

14. Артеменко В. Б. Комплексне оцінювання ефективності соціально-економічного розвитку регіонів на основі критеріїв якості життя населення / В. Б. Артеменко // Регіональна економіка. – 2005. – № 3. – С. 84 93.

15. Азарова Г. В. Інтегральна оцінка рівня соціально-економічного розвитку регіонів України / Г. В. Азарова // Економіка та право. – 2015. – № 1 (40). – С. 61 – 65.

16. Діагностика соціального розвитку регіону : наук. розробка / [З. В. Балабаєва, С. В. Овчаренко, І. Л. Росколотько та ін.]. – К. : НАДУ, 2010. – 40 с.

17. Хапов Д. В. Інтегральна оцінка соціально-економічного стану регіону [Електронний ресурс] / Д. В. Хапов // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 4. – С. 1084 – 1089. – Режим доступу : http://global-national.in.ua/archive/4-2015/228.pdf.

18. Калініченко О. О. Прогнозування та розвиток основних параметрів соціальної сфери України в сучасних умовах / О. О. Калініченко. // Економіка. Управління. Інновації. - 2014. – № 1. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2014_1_45.

19. Бобровська О. Ю. Еволюція прогнозування розвитку соціально-економічних процесів: стан і напрямки удосконалення / О. Ю. Бобровська // Збірник наукових праць «Публічне адміністрування: теорія та практика». – 2011. – Вип. 2 (6). – Режим доступу до статті: http://www.dbuapa.dp.ua/zbirnik/2011-02(6)/11boysnu.pdf

СТРУКТУРНО-ФУНКЦІОНАЛЬНА МОДЕЛЬ ОБ'ЄДНАНОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ ЯК ПЕРВИННОГО ЕЛЕМЕНТА СИСТЕМИ МІСЦЕВОГО САМОВРЯДУВАННЯ

Панасюк Р. В.

Україна, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ARTICLE INFO

Received 9 January 2018
Accepted 25 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

territory,
community, management,
subject,
object,
element,
coefficient,
transformation,
resources,
result,
value

© 2018 The Author.

ABSTRACT

In the article, based on the use of classical formulas describing the operation of a typical management couple of the "subject-object" covered by the feedback, in which the transformation coefficients of the pair of elements are interpreted as the ratio of the value of the product to the cost of resources spent on it, proposed to interpret the socio- Economic system of the united territorial community in the form of a structural and functional scheme of interaction of the governing body of the functioning of the system and a plurality of objects in its management - natural chnyh and entities, the results of which form a joint product of the local community. On the example of the structural-functional scheme of the system it was demonstrated that the results of its activities are formed with the participation of the coefficients of transformation of all its constituent elements, the state of direct and reciprocal relations between them, as well as the state of socio-cultural, existential and thoughtful communications between their human resources. It is also shown that in addition to formal communications and communications, informal connections and communications arise between individual elements of the system and create a virtual structural-functional scheme as a consequence of the lack of democratic governance, mutual understanding and trust between the elements of the system. The influence of the virtual structural-functional scheme on the general results of the functioning of the system is, as a rule, negative, which worsens the performance of the formalized structure. The requirements for managers and functionaries of the management body and the conditions for implementation of which the interaction of the subject of management and the plurality of objects of management in the system is grounded on the basis of a joint, open and transparent decision-making on the proper, efficient and effective use of community resources. The ways of further investigations of the complex interaction of formalized and virtual functional structures with the aim of minimizing the influence of the virtual structure of communications and, obviously, improvement of the results of the system by identifying opportunities and conditions for achieving the synergy effect for its successful functioning and development are determined.

Вступ. Трансформування вітчизняної системи місцевого самоврядування шляхом створення об'єднаних територіальних громад (ОТГ) з наділенням останніх новими повноваженнями, функціями і ресурсами, актуалізує необхідність адекватних змін в технологіях, інструментах і механізмах публічного управління і адміністрування такими новими для України територіально-соціальними утвореннями. Проте, досвід управління такими нетрадиційними об'єктами у більшості корпусу сьогодні діючих та потенційних керівників відсутній, в зв'язку з чим доцільність аналізу ОТГ в якості базової соціально-економічної підсистеми системи місцевого самоврядування, структура і функції якої є визначеними багатьма документам, є актуальним науковим завданням.

Слід віддати належне вітчизняним дослідникам процесів розбудови сучасної української держави в тому, що тема переходу до децентралізованої моделі розвитку українського суспільства, вивчення засадничої ролі територіальних утворень і громад в цьому процесі, дослідження повноважень, функцій і діяльності останніх в контексті реалізації прагнень, бажань та інтересів їх жителів у відносинах із державою на сьогодні є достатньо добре опрацьованими з самих різних позицій: державотворчих, історичних, юридичних,

філософських і т. ін. Однак, поява в системі публічного управління і адміністрування нового «первинного елемента системи місцевого самоврядування» [1] говорить про необхідність і доцільність комплексної інтерпретації ОТГ як «первинного елемента», структурою, взаємозв'язками, взаємовпливами і взаємовідносинами між елементарними складовими якого визначатимуться спроможність, соціально-економічно-екологічний успіх і добробут населення, сталість і стабільність майбутнього розвитку.

Теоретико-методологічні основи структурно-функціонального підходу до аналізу і синтезу такого «первинного елемента», в якому «… здійснюється перетворення певних ресурсів у матеріальні блага (виробництво) з наступним їх розподілом з метою кінцевого використання» [2, с. 73] обумовлює необхідність детермінації функцій кожного із його елементарних складових елементів системи і встановлення таких функціональних зв'язків, які забезпечать максимально ефективне спільне планування і досягнення ОТГ необхідних для її успішної життєдіяльності результатів за рахунок встановлення необхідної множини зв'язків між елементами системи, функцій взаємодії окремих структурних складових з отриманням залежності між станом економічної системи і допустимими поєднаннями її елементів, визначення їх поведінки в процесах і процедурах досягнення запланованих цілей. Адже, будь-якій структурно-функціональній системі характерні три невід'ємні атрибути: структура – архітектура і форма внутрішньої організації елементарних складових об'єкта, функції – поведінка елементарних складових системи і сутність зв'язків між ними, емерджентість – поєднання складових елементів системи з її функціями в єдине цілей, що забезпечує спостереження за її станом за певною множиною характеристик.

Проте, більшість праць вітчизняних авторів, в яких досліджуються проблеми спроможності територіальної громади [3] як системно-конгломератної структури [4], функції, взаємозв'язки і взаємовідносини між складовими якої в умовах відмови від командно-адміністративних методів [5] в процесі переходу до децентралізованої моделі регулювання [6] і розвитку суспільства [7] з подоланням опору цим процесам [8] за рахунок удосконалення комунікацій [9, 10] та інструментів розвитку [11] для ефективного використання належних їй ресурсів [12] носять виключно описовий характер.

Варіанти схематичної інтерпретації зв'язків між суб'єктами демократичного місцевого врядування, представлені в роботі [13], також отримали тільки вербальний опис їх взаємодії, а спроби ж аналітичного обґрунтування структурно-функціональної архітектури ОТГ на загальноприйнятих засадах системотехніки, зроблені автором публікацій [14, 15] на основі структурної схеми типової управлінської пари, не цілком адекватно відображають та розкривають структуру взаємозв'язків і взаємовідносин між множиною суб'єктів життєдіяльності ОТГ, а також не враховують специфічних особливостей реалізації зв'язків і відносин з врахуванням критеріїв сталого розвитку.

Мета статті. Обґрунтування та інтерпретація структурно-функціональної моделі життєдіяльності об'єднаної територіальної громади як соціально-економічної системи і первинного елемента місцевого самоврядування з метою встановлення умов успішного функціонування.

Результати дослідження. Джерелом самоорганізації ОТГ як «первинного елемента» повинен виступити механізм сукупної взаємодії всіх елементарних складових через облаштування таких структурно-функціональних зв'язків між ними, коли кожна складова має певне призначення – функцію. При цьому, якщо загальною функцією будь-якої *i*-тої складової ОТГ (фізична особа, домогосподарство, мале, середнє чи велике підприємство, установа, організація тощо) вважати запропоновану в [15] залежність між вартістю генерованої нею продукції (товару, послуги, бізнесу і т. п.) W_{Rezi} і вартістю спожитих для цього нею же ресурсів W_{Resi} (т. зв. коефіцієнт трансформації $K_{TRi} = W_{Rezi}/W_{Resi}$), то цілком очевидно, що в першому наближенні загальний коефіцієнт трансформації ОТГ також буде відношенням суми вартості всіх генерованих в ОТГ товарів і послуг ΣW_{Rezi} до вартості всіх спожитих цими ж елементами ресурсів ΣW_{Resi}, тобто

$$K_{TR\ OTG} = W_{Rez\ OTG}/W_{Res\ OTG} = \Sigma W_{Rezi}/\Sigma W_{Resi} > 1, \quad (1)$$

де $i = 1 \div N$, а N – загальне число елементарних складових в ОТГ.

Отже, в разі інтерпретації ОТГ у вигляді «первинного елемента», якому є притаманним загальний коефіцієнт трансформації $K_{TR\ OTG}$, для її аналітичного опису можна використати, як це і запропоновано в [15], класичний вираз, що описує систему, охоплену зворотним зв'язком. Проте, ОТГ не є типовою управлінською парою «суб'єкт – об'єкт» в зв'язку з тим, що в даному випадку

під об'єктом слід розуміти множину N типових «суб'єкт-об'єктних» пар – підсистем нижчого рівня з функцією $K_{TRi} = W_{Rezi}/W_{Resi}$, кожна з яких трансформує свою частку ресурсів ОТГ в реальні товари, продукти, послуги і т. п. і вносить свій посильний вклад у формування $K_{TR\ OTG}$.

На основі цього припущення структурно-функціональна схема (СФС) ОТГ може бути інтерпретована у вигляді, представленому на рисунку 1, де InfRes, HmRes, FinRes, NatRes і FisRes – відповідно наявні або залучені інформаційні, людські, фінансові, природні і фізичні ресурси ОТГ, СУ – суб'єкт управління ОТГ (керівництво і комплекс функціональних підрозділів органів місцевого самоврядування), ОУ – множина N суб'єктів життєдіяльності ОТГ (фізичні і юридичні особи), Rez – результати трансформування всіх видів ресурсів множиною N об'єктів ОТГ під впливами її СУ.

Тоді, виходячи з виразу (1), результат діяльності ОТГ, знову ж таки, в першому наближенні слід представити у вигляд:

$$W_{Rez\ OTG} = K_{TR\ OTG} = K_{TR\ SU\ OTG} \cdot \Sigma(K_{TRi} \cdot W_{Resi\ OTG}) \quad (2)$$

для випадку, коли система не охоплена зворотним зв'язком і у вигляді

$$W_{Rez\ OTG} = K_{TR\ SU\ OTG} \cdot \Sigma(K_{TRi} \cdot W_{Resi\ OTG})/(1-\acute{\alpha} \cdot K_{TR\ SU\ OTG} \cdot \Sigma K_{TRi}), \quad (3)$$

коли система охоплена зворотним зв'язком, де ά – коефіцієнт зворотного зв'язку, який в залежності від значень $K_{TR\ SU\ OTG}$ і ΣK_{TRi} повинен знаходитись в межах

$$0 < \acute{\alpha} < 1/ K_{TR\ SU\ OTG} \cdot \Sigma K_{TRi}. \quad (4)$$

При цьому, безумовною гарантією забезпечення $K_{TR\ OTG} > 1$ слід вважати виконання умов $K_{TR\ SU\ OTG} > 1$і $K_{TRi} > 1$.

У виразах (2) і (3) $K_{TR\ SU\ OTG}$ – коефіцієнт трансформації СУ ОТГ, K_{TRi} – коефіцієнти трансформації кожного *i*-го об'єкт-суб'єкта із загального числа N суб'єктів її життєдіяльності за умови їх прямої залежності від рішень СУ, тобто – послідовного з'єднання. Адже будь-які управлінські рішення і дії органу місцевого самоврядування ОТГ (СУ) щодо множини N суб'єктів, стаючи складовими рішень кожного з цих суб'єктів, вносять відповідний вклад в досягнення останніми економічно-соціально-екологічних результатів, які в сумі стають результатом діяльності всієї ОТГ.

При цьому, очевидним і незаперечним залишається факт того, що природа зв'язків, взаємодії і взаємовпливів між складовими елементами структурно-функціональної схеми ОТГ в представленому вигляді на відміну від абіогенних систем є набагато складнішою і аналітично непрописуваною за рахунок наявності у будь-якій спільноті окрім формалізованих структурою зв'язків ще й додаткових, неформальних каналів комунікацій, утворених за відомим ефектом «виноградної лози» (англ. effect of grapevine) [16, 17]. Саме завдяки цьому «Важливою ознакою, що характеризує територіальну громаду, є соціальні зв'язки, що виникають між її членами і які її скріплюють. Це – безпосередня й опосередкована взаємодія людей: міжособистісне спілкування, спільна праця і відпочинок, взаємні послуги, спільне користування територією та її природними ресурсами, соціальною інфраструктурою і мережами комунікацій, а також єдина система управління, постачання, розподілу» [1].

Тобто, за збереження формалізованих структурно-функціональних зв'язків між (1+N) елементарними складовими ОТГ, стан їх взаємовпливів, взаємовідносин і взаємодії буде визначатися не тільки і не стільки структурою та функціями, а ще й інтелектом, мотивами, цінностями, здібностями, інтересами, цілями, планами, завданнями і поведінкою множини людей, якими вони представлені і за участю яких формуються такі значення коефіцієнтів $K_{TR\ SU\ OTG}$ і K_{TRi} які забезпечать $K_{TR\ OTG} >> 1$.

Таким чином, окрім формалізованої структурно-функціональної схеми (СФС) ОТГ (Рис. 1) в її рамках буде існувати і діяти віртуальна структурно-функціональна схема (ВСФС) неформальних комунікацій між окремими представниками СУ і особами чи групами осіб людських ресурсів з множини ОУ. Діяльність і вплив їх неформальних комунікацій на K_{TRi}, $K_{TR\ SU\ OTG}$, $K_{TR\ OTG}$ і на $W_{Rez\ OTG}$ залежатиме від стану соціальних зв'язків у громаді. При цьому, саме єдина система управління, спільні цілі і спільна праця скріплюватимуть систему, мінімізуватимуть впливи ВСФС та сприятимуть зростанню результатів діяльності ОТГ і навпаки.

Феномену створення т. зв. «соціальної зв'язності» в соціально-економічній системі і умовам її забезпечення шляхом налагодження соціокультурної, екзистенційної і мисленнєвої комунікації між її людськими ресурсами присвячено розділ монографії «Теоретико-методологічні основи державного будівництва», авторами якої запропонована концепція «досягнення соціальної зв'язності» шляхом організації тріади необхідних системі комунікаційних процесів [18]. На цілком обґрунтовану думку авторів саме «Комунікація у всіх трьох форматах повинна забезпечувати єдність соціокультурних кодів, без яких неможлива ніяка взаємодія в державі» [18, с. 113].

Очевидно, що і в структурі ОТГ «неможлива ніяка взаємодія» без забезпечення всіх трьох форматів комунікації – функції, яка лягає на орган місцевого самоврядування (СУ). Від того наскільки цей базовий соціальний процес буде професійно реалізовано СУ залежатиме якість і спільно встановлених цілей діяльності всіх елементарних складових ОТГ, і вироблених планів з використання всіх видів її ресурсів, і спільно генерованих управлінських рішень з їх реалізації, і спільно отриманих результатів $W_{Rez\ OTГ}$.

Таким чином, стає очевидним факт того, що вплив на результат $W_{Rez\ OTГ}$ буде здійснюватись як формалізованою СФС, так і її віртуальним варіантом. При цьому, збіжність цілей, планів і рішень ФСФС і ВСФС сприятиме зростанню спільно отриманих результатів ($W_{Rez\ OTГ} \rightarrow max$), а розбіжність – їх мінімізації ($W_{Rez\ OTГ} \rightarrow min$).

Очевидність того, що «збіжність» залежить від якості комунікацій між (1+N) складовими елементами ОТГ – або відкритості і прозорості будь-якої інформації про наявні ресурси, цілі і плани їх використання, або втаємничення останніх з обов'язковим виникненням щонайменше спротиву, а можливо і протидії такому використанню одних складових ОТГ іншими, підтверджується і висновком автора зовсім нещодавно опублікованого дослідження «Емоційний інтелект: шлях до успіху» про те, що «Система комунікацій типу «виноградна лоза» зазвичай розвивається в організаціях, яким бракує демократичного лідерства, взаєморозуміння і довіри» [19, с. 43].

Тому висновок, до якого прийшов автор роботи [14] про те, що «… до керівництва і управління життєдіяльністю новоутворених ОТГ їх населення повинно обирати людей «розумової праці», здатних таким чином впливати на використання в рамках ОТГ всіх видів ресурсів Res < … >, щоб генеровані громадою результати Rez забезпечували її населенню економічний, екологічний і соціальний добробут» є цілком вірним. Усвідомлення ж того факту, що успішність процесів становлення та майбутнього розвитку ОТГ залежить від забезпечення органом місцевого самоврядування (СУ) такого комунікаційного процесу між всіма (1+N) складовими ФСФС, який, за визначенням І. Франка, дасть кожному з них можливість «… використовувати свої сили на добро загалу і на добро своє власне» [20, с. 32-34], дозволяє визнати, що ефективність життєдіяльності ОТГ визначатиметься розумом і вмінням СУ залучати до процесів управління цією життєдіяльністю всіх видів доступних ресурсів InfRes, HmRes, FinRes, NatRes і FisRes у $W_{Rez\ OTГ}$, але, в першу чергу – інтелекту, думки і поради людських ресурсів N типових «суб'єкт-об'єктних» пар.

Слід зауважити, що цей висновок був сформульований ще в біблійні часи в одній із приповідок царя Соломона, яка гласить: «Де нема розумного управління, народ занепадає; а де багато дорадників, там справи стоять добре» [21, с.713].

Якщо усвідомити, що СУ ОТГ (Рис. 1) виконує функцію управління (розумного або нерозумного), а народ – функції ОУ ОТГ (множина N фізичних і юридичних осіб), то очевидною формулою успіху ОТГ виступає наявність «багатьох дорадників» з множини фізичних і юридичних, тобто – залучення до процесів управління життєдіяльністю ОТГ його населення шляхом належної організації всіх трьох названих вище форматів комунікації між складовими СУ і ОУ ОТГ. Це, цілком відповідаючи припущенню, що коефіцієнти трансформації $K_{TR\ CУ\ OTГ}$ і K_{TRi} є функціями «мозку», «розуму» і «розумової праці» керівництва і функціонерів СУ ОТГ і множини керівників та функціонерів суб'єктів її життєдіяльності (юридичних і фізичних осіб) [15], демонструє залежність виразів (2) і (3) від інтегрального, індивідуального та емоційного інтелекту, інтелектуального потенціалу, інтелектуального капіталу та інтелектуальної власності людських ресурсів ОТГ, включаючи їх управлінську (СУ) і ресурсно-трансформаційну (ОУ) складові.

Тому, для відповіді на ключове питання щодо шляхів забезпечення ефективної і результативної взаємодії СУ і множини ОУ ОТГ за критеріями економічного, соціального і екологічного добробуту стає доцільним проаналізувати поточний стан процесів взаємодії цих головних складових її СФС.

В публікації [22] автор, аналізуючи ситуацію з використання інтелектуальних ресурсів в країні, зафіксував наступний перелік проблем: «…демотивація інтелектуальної активності населення; деінтелектуалізація суспільства і влади загалом, їх галузевих і регіональних складових зокрема; виникнення і розвиток інтелектофобії; відсутність політики інтелектуалізація влади і суспільства». На нашу думку, перелічені вище чинники є, без сумніву, присутніми і впливають на поведінку людських ресурсів обох ключових складових СФС ОТГ – СУ і ОУ, обумовлюючи обопільні обмеження у їх взаємодії, які на узагальнену в [23, с. 27] думку викликані:

в середовищі керівників і функціонерів (СУ) - відсутністю досвіду, низькими професійними та морально-етичними характеристиками; недовірою до знань, фахового рівня і колективного розуму громади та її представників; низьким рівнем суспільної комунікації і вірою у власну безпомилковість; існуванням і домінуванням прихованих групових і особистих інтересів над суспільними; неготовністю до співпраці з громадськістю; страхом критики, відкритих публічних звинувачень, виявлення некомпетентності, втрати посад і влади тощо;

в середовищі членів громади (ОУ) – загальною традиційною недовірою до представників влади і побоюванням маніпуляцій з їх боку; організаційною та інституційною слабкістю представництва ключових суспільних груп, відсутністю стійких комунікацій і співпраці між ними; низький рівень інтеграції і самоідентифікації членів громади з територією, на якій вони живуть і працюють, та неготовність до спільного розв'язування проблем, через що громадськість часто концентрується на чинниках, які дезінтегрують людей і їх цілі.

Як бачимо, причин для дисгармонії стосунків між ОУ і СУ є достатньо з обох сторін. Проте, контент-аналіз більшості вітчизняних публікацій на цю тему демонструє дивну одностайність дослідників в тому, що це наслідком неготовності до змін у взаємостосунках в першу чергу населення ОТГ (ОУ), а не влади (СУ).

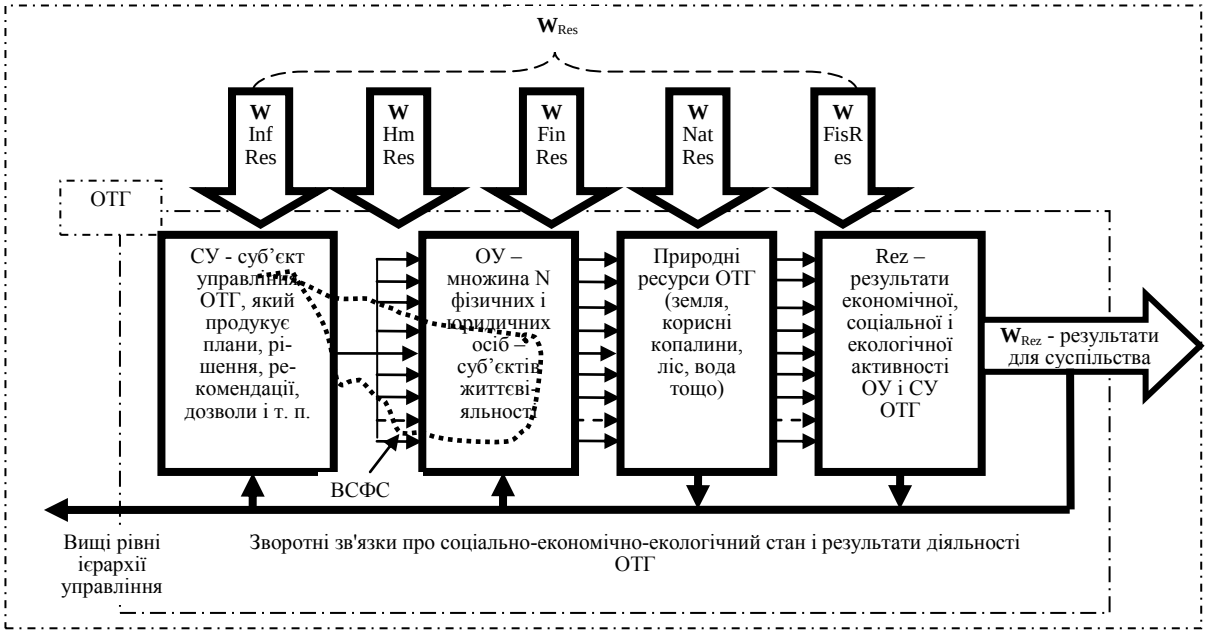


Рис. 1. Структурно-функціональна схема (СФС) соціально-економічної системи – об'єднаної територіальної громади (ОТГ)

Так, проф. Батанов О. В. автор монографії «Територіальна громада – основа місцевого самоврядування в Україні» [24] ще у 2001 році цілком слушно наголошував на відсутності у громадській свідомості активного співробітництва, солідарності жителів, деформацію моральних цінностей, втрату навичок общинності тощо.

Автори аналітичної записки від 2008 року також повідомляли про «…пасивність населення, його нездатність вирішувати власні проблеми, відсутність дієздатних конкурентоспроможних громад» [25, с. 5], а в публікації 2012 року знову вели мову про те, що численні дослідження демонструють «…низький рівень соціальної активності громадян», а також «… низький рівень міжособистісної довіри, громадської ініціативності та відповідальності, нерозвиненість соціальних зв'язків і взаємодій в рамках певної території - те, що в цілому характеризує ступінь самоорганізації

місцевого співтовариства, його здатність самостійно організувати взаємодію з метою забезпечення свого оптимального функціонування і розвитку» [26].

Не заперечуючи висновку роботи [1] про те, що «… найсерйозніша проблема для сучасної України – пасивність громадян, низький рівень громадянської активності, без подолання якої неможливо не лише сформувати дієздатну громаду в Україні, але й взагалі здійснити будь-які реформи як на місцевому, так і на загальнонаціональному рівнях», і визнаючи необхідність формування у населення ОТГ (ОУ) усвідомлення себе активними учасниками і рушійною силою всіх місцевих процесів, що є неможливим без ліквідації відчуття підлеглості, керованості та патерналізму зі сторони СУ, звернемо, однак, увагу на той факт, що у всіх наведених в якості прикладів випадках мова йде про неготовність і недоліки людських ресурсів тільки населення ОТГ (ОУ), а не органів управління їх життєдіяльністю (СУ).

Очевидно, що функціонально СУ ОТГ покликана бути тією важливою складовою її структури, яка за всіх можливих мотивів, настроїв, цілей, інтересів і варіантів поведінки людей в ОУ ОТГ зобов'язана шляхом використання сучасних технологій публічного управління і адміністрування створювати всі умови для належного врядування, яке забезпечить її успішний розвиток в ринковому оточенні шляхом вироблення, прийняття і реалізації таких рішень, щоб значення було $K_{TR\ OTG} > 1$.

Проблемою в даному випадку виступає факт того, що перелічені вище недоліки керівництва і функціонерів СУ не придумані нами, а є наслідком пріоритетного прагнення до влади людей саме такими характеристиками, в зв'язку з чим автори роботи [27], аналізуючи причини інтенсивного проникнення у владу «…осіб некомпетентних, з низьким рівнем кваліфікації, які страждають на уявну зверхність стосовно інших, вважають і декларують свої здібності вищими за пересічні, самовпевнених і готових без найменших сумнівів зайняти будь-яку відповідальну посаду, не замислюючись над можливими наслідками», піднімають питання підвищення якості кадрового наповнення управлінського корпусу держави і всіх її складових частин, якими стають сьогодні ОТГ.

Ця ситуація пояснюється відомим австрійським психологом, дослідником природи людини і автором теорії індивідуальної психології Альфредом Адлером (Alfred W. Adler, 1870-1937) наступним чином: «… щоразу, коли логіка спільного людського життя пробивала собі дорогу, вона впиралася в прагнення до панування. Всі соціальні законодавчі акти, скрижалі Мойсея, вчення Христа щоразу потрапляли до рук прошарків і груп, які, прагнучи до влади, зловживали найсвятішим заради задоволення свого властолюбства. Найвитонченіші фальсифікаторські трюки й підступні виверти використовувалися, щоб перевести ніколи не зникаючі спонукання й творіння почуття спільності на шлях прагнення до влади < ... >. Істини й вимоги, що виникали під тиском спільного людського життя, знову й знову перетворювались у неприродність властолюбства» [28, с. 208-216].

Тому, на відміну від автора роботи [1], проблему забезпечення якісного управління процесами створення і розвитку ОТГ слід вважати набагато серйознішою проблемою розбудови держави, аніж «пасивність» і «низький рівень громадянської активності». Адже, за завжди існуючої асиметрії у відносинах між СУ і ОУ саме значення $K_{TR\ CY\ OTG}$ виступає визначальним чинником для множини ΣK_{TRi}, а коли ідеали та ідеї спільності і солідарності, потрапляють до рук неморальних маніпуляторів, які контролюють ресурси і встановлюють цілі, останні стають потужним інструментом впливу на емоційну складову інтелекту інших громадян заради агресивного прагнення займати керівні посади як засобу власного вивищення в громаді, досягнення власного матеріального благополуччя і задоволення власних амбіцій. Тому присутність в управлінні ОТГ (СУ) людей з вказаними вище характеристиками, які, переслідуючи власні і нехтуючи спільно встановленими громадськими цілями, прийматимуть рішення не на користь громади ($K_{TR\ CY\ OTG} > 1$), а виключно на власну користь або користь якоїсь відокремленої групи, коли $K_{TR\ CY\ OTG} < 1$, а $W_{Rez\ OTG} \rightarrow \min$.

Отже, на посади керівників і функціонерів ОТГ слід обирати і призначати людей, інтелектуальні і моральні характеристики яких гарантуватимуть їх соціальну орієнтованість і відповідальність за організацію взаємодії елементарних складових системи на засадах спільності вироблення, прийняття і реалізації рішень щодо результативного і ефективного використання спільних ресурсів громади.

В цьому контексті слід звернути увагу на той, факт, що згідно виразу (4) утримання $W_{RezOTG} > W_{ResiOTG}$ в раціональних межах є можливими тільки за умови спільного пошуку, забезпечення і дотримання таких значень $K_{TR\ CY\ OTG}>1$ і $\Sigma K_{TRi}>1$, які будуть гарантувати:

– наявність зворотного зв'язку ($\acute{\alpha} > 0$), тобто належну організацію тріади соціокультурної, екзистенційної і мисленнєвої комунікацій між всіма елементарними складовими системи;

– виключення некерованості системи ($\acute{\alpha} < 1/К_{TR\ СУ\ ОТГ} \cdot \Sigma К_{TRi}$), коли всі складові перестають дотримуватись спільно встановлених цілей, правил і процедур співжиття, в результаті чого система самоліквідується.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином, запропонована інтерпретація структурно-функціональної схеми ОТГ та аналіз функціональних залежностей взаємодії її елементарних складових на основі класичної інтерпретації елементів системи їх коефіцієнтами трансформації, дозволяють прийти до висновку, що критично важливою проблемою залишається впровадження у практику формування керівних і функціональних органів ОТГ як добре відомого досвіду багатьох тисячоліть розвитку людства, так і сучасні рекомендації науки державного управління і місцевого самоврядування щодо організації належного врядування через залучення до «розумного управління» ще й «багатьох дорадників» шляхом налагодження в системі соціокультурної, екзистенційної і мисленнєвої комунікації між людськими ресурсами всіх складових, як найбільш дієвого механізму забезпечення ефективного використання спільних ресурсів.

Встановлено, що у формалізованій структурі утворюється і впливає на діяльність ОТГ віртуальна структура неформальних комунікацій, вплив якої на результати діяльності повинен мінімізуватись політикою залучення громадськості до процесів управління, прозорості і відкритості рішень щодо використання спільних ресурсів.

Продемонстровано, що запропонованою структурно-функціональною схемою та інтерпретацією її елементів коефіцієнтами трансформації надається можливість формалізованого опису, аналізу і оцінювання результатів діяльності та взаємодії елементарних складових ОТГ з отриманням як кількісних, так і якісних показників цієї діяльності.

Подальші дослідження слід спрямувати на вивчення і оцінку потенціалу впливовості на результати діяльності соціально-економічної системи ОТГ, представленої комплексом формалізованої і віртуальної функціональних структур, на предмет виявлення можливостей і умов виникнення ефектів синергії під впливами належного врядування та обумовлених цим змін у поведінці населення.

ЛІТЕРАТУРА

1. Муркович Л. Територіальна громада як суб'єкт місцевого самоврядування в Україні: теоретичні аспекти / Л. Муркович // http://www.dbuapa.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010_02 %285 %29/10mliuta.pdf

2. Структурно-функціональний аналіз та моделювання розвитку економіки : монографія [Електронний ресурс] / Галіцин В. К., Суслов О. П., Галіцина О. В., Самченко Н. К. – К.: КНЕУ, 2013. – 377 с.

3. Білуха Л. А. Поняття територіальної громади та спроможної територіальної громади / Л. А. Білуха // Теорія та практика державного управління. – 2017. - №1(56) / [Електронний ресурс]. – – Режим доступу : http://kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2017-1/doc/3/02.pdf

4. Шкрабак І. В. Територіальні утворення як системно-конгломератні структури / І. В. Шкрабак // Держава та регіони, 2011. - № 3. – С. 82-86.

5. Шкрабак І. В. Синергетична концепція стратегічного управління економічним розвитком територіальних утворень / І. В. Шкрабак. // Ефективна економіка. - 2011. - № 11. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2011_11_77

6. Міненко М. А. Трансформація системи державного управління в сучасні моделі регулювання суспільства http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=581

7. Дунаєв І. В. Проблеми модернізаційного переходу регіонів до децентралізованої моделі розвитку / І. В. Дунаєв // Актуальні проблеми державного управління. – 2017. - №1(51)

8. Баран М. П. Механізми подолання опору добровільному об'єднанню територіальних громад / М. П. Баран. // Теорія та практика державного управління і місцевого самоврядування. - 2015. - № 2. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Ttpdu_2015_2_25

9. Інформаційно-комунікаційні особливості взаємодії органів місцевого самоврядування з громадою: регіональний аспект. Аналітична записка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/articles/978/

10. Беззубко Л. В. Взаємодія органів місцевого самоврядування і громадськості : [монографія] / Беззубко Л. В., Стойка А. В., Кольцова Д. В. – Донецьк : Норд-компьютер, 2006. – 204 с.

11. Інструменти розвитку об'єднаних територіальних громад в умовах децентралізації влади / За заг. ред. В. М. Олуйко – К. : Ваіте, 2017. – 432 с.

12. Боковикова Ю. В. Природні ресурси – ресурси розвитку територіальних громад / Ю. В. Боковикова // Актуальні проблеми державного управління. – 2017. - №1(51)

13. Blair H. Participation and Accountability at the Periphery: Democratic Local Governance in Six Countries / Harry Blair // World Development. – 2000. – Vol. 28, No. 1. – pp. 21-39.

14. Петренко В. П. Щодо теоретичного обґрунтування шляхів удосконалення публічного управління соціально-економічними системами / В. П. Петренко // Матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. «Публічне управління: проблеми та перспективи» (м. Харків, 28 жовтня 2016 року). – Харків: ТОВ «Константа», 2016. – С. 225-230.

15. Петренко В. П. Інтерпретація об'єднаної територіальної громади як об'єкта публічного управління та адміністрування / В. П. Петренко // Матеріали VI Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції (27.04.2017 р., м. Полтава). – Полтава: ПолтНУУ, 2017. – С. 54-56.

16. Simmons, Donald B. «The Nature of the Organizational Grapevine» / Donald B. Simmons // Supervisory Management. – 1985. – November. – p. 40.

17. Crampton, Suzanne M. «The informal communication network: factors influencing grapevine activity» / Suzanne M. Crampton // Public Personnel Management. – 1998. – December. – p. 00.

18. Бутирська Т. О. Теоретико-методологічні основи державного будівництва / Т. О. Бутирська, Д. І. Дзвінчук. – Івано-Франківськ: МістоНВ, 2017. – 176 с.

19. Samira A. El-Sayed Mansour. Emotional Intelligence: the Road to Success / Samira A. El-Sayed Mansour. – Indianapolis: Dog Ear Publishing, 2016. – 144 p.

20. Франко І. Я. Наука і її взаємини з працюючими класами / І. Я. Франко // Зібрання творів. – У 50-ти томах. – К.: Вид-во «Наукова думка», 1986, т. 45. – 574 с.

21. Святе Письмо Старого та Нового Заповіту. – Українське Біблійне Товариство, 1992. – 1422 с.

22. Петренко В. П. До ідентифікації основних проблем інтелектуалізації та інтелектуально-інноваційного розвитку українського суспільства / В. П. Петренко // «Ключевые инструменты организации человеческого общежития: экономика и право». Збірник матеріалів XII-ої Міжнародної науково-практичної конференції. – Одеса: InPress, 2011. – С. 74 – 77.

23. Участь громадськості у процесі прийняття рішень на місцевому рівні: навчально-методичний посібник / ДП «Укртехінформ» – Київ, 2013. – 250 с

24. Батанов О. В. Територіальна громада – основа місцевого самоврядування в Україні: Монографія. – К.: Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України, 2001. – 260 с.

25. Сталий розвиток міст за участю громад: уроки з досвіду впровадження «Муніципальної програми врядування та сталого розвитку» : аналітичний документ / – Київ: ПРООН/МПВСР, 2008. – 48 с.

26. Абрамов Л. К. Участь громадян у розвитку місцевої громади / Л. К. Абрамов // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.lacenter.org.ua/2013-09-10-08-52-50/64-2013-09-10-08-51-24/1094-2012-06-07-08-17-05.html

27. Дзвінчук Д. І. Щодо проявів ефекту Даннінга-Крюгера в системі управління Українською державою / Д. І. Дзвінчук, В. П. Петренко // Теорія та практика державного управління. – 2017. - №1(56) / [Електронний ресурс]. – – Режим доступу : http://kbuapa.kharkov.ua/e-book/tpdu/2017-1/doc/3/02.pdf

28. Адлер А. Очерки по индивидуальной психологии. – М.: Когито-Центр, 2002. – 220 с.

ІНТЕЛЕКТОКОРИСТУВАННЯ ЯК ФУНКЦІЯ ЖИТТЄВОЇ АКТИВНОСТІ СОЦІУМУ

д. е. н. ***Петренко В. П.,***
д. е. н. ***Кісь С. Я.,***
д. е. н. ***Гуменюк В. В.***

Україна, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

ARTICLE INFO
Received 10 January 2018
Accepted 26 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS
person,
intelligence,
element,
nature,
socium,
primary element (person),
secondary element (pair of persons),
interaction,
result

© 2018 The Authors.

ABSTRACT
The article proposes an original definition of the processes of proper use of the intelligence of the individual, as well as of human communities, as the main task of their survival in modern conditions. For this, the model of the human person is presented as a bio-socio-economical element of living nature, on the basis and with the participation of which the primary element (person) and secondary element (a couple of persons) are formed elements of society, which forms the social environment. Four possible variants of functional-intellectual interaction of the primary elements in the modes "subject-object", "subject-subject", "object-subject" and "object-object" are analyzed. Demonstrated that due to the proper organization of this process there is a gradual and steady improvement and development of society, and improper condition inhibits development processes, leads to stagnation, to degradation, decline and disappearance of society. In this regard, the problem of improving the management of the use of intellectual resources of socio-economic systems through the improvement of the processes and procedures of intellectual use, deserves a problematic issue of further sustainable development of society.

Вступ. 21 січня 2008 року відбувся перший показ науково-популярного серіалу «Життя після людей» (англ. Life After People) [1], в якому автори разом із вченими біологами, екологами, геологами, інженерами моделювали події наступу Природи (тварин і рослин) на міста та їх інфраструктуру, споруди, мости, дороги, канали, тунелі і т. п. у разі раптового зникнення людей. За їх обґрунтованими припущеннями протягом 6 місяців міста покинуть миші і щурі, а почнуть заселятися койотами і рисями, заростати чагарниками і деревами. Протягом наступних десятків років під воду підуть Лондон, Амстердам та багато інших міст світу, дерев'яні споруди згорять, згниють, будуть знищені термітами, зруйнуються дамби, канали і тунелі, впадуть мости і хмарочоси. Через кілька сотень років іржа з'їсть дощенту всі металеві конструкції, машини і механізми, перетворяться в порох всі засоби зберігання інформації, а до кінця тисячоліття на Землі практично не залишиться доказів існування людської цивілізації.

Така апокаліптична картина вочевидь спричинена вилученням із системи природної життєдіяльності планети Земля людини – елементарного носія інтелекту – автора, продуцента і споживача всіх створених протягом існування нашої цивілізації позитивних і негативних результатів природокористування.

Отже, саме людські ресурси планети – множина елементарних носіїв і, одночасно, користувачів інтелекту є тим ресурсним джерелом, яке забезпечує існування і постійний розвиток або стагнацію, деградацію і занепад суспільства.

Доказами цього сьогодні можуть служити такі соціально-економічні явища сучасності, як «перетік мізків» (англ. brain drain) – міграція людських ресурсів планети, яка полягає в тому, що «… велика кількість освічених і висококваліфікованих людей полишають власну країну для життя і роботи в іншій, де заробітна плата і умови є кращими» [2]. З цим же явищем також зв'язана поява в мистецтві управління людськими ресурсами таких термінів, як «війна за таланти» [3; 4], «битва за навчені кадри» [5], «управління талантами» [6; 7] і т. п.

На думку «The Economist», «… старі битви за природні ресурси…» сьогодні доповнюються новими – битвами за таланти. При цьому, такі битви відбуваються як між компаніями, які конкурують за кращі «людські ресурси», так і між країнами, які переймаються «балансом мізків» так само, як і «балансом сил» [5].

Таким чином, якщо за повної відсутності Людини в Природі втрачається сам сенс поняття «природокористування», то присутність людського чинника в системі життєдіяльності і життєтворчості протягом тисяч років демонструє постійність зростання ролі людського мозку

з притаманним йому інтелектом у впливах на зміни в середовищі його існування, що цілковито відповідає висновку, до якого дійшов свого часу американський геолог, Дж. Дана (James Dwight Dana, 1813—1895) щодо неперервності процесу цефалізації – змін головного мозку, який, на відміну від інших органів живих створінь, в процесі еволюції ніколи не деградував, а постійно прогресував [8]. Науковий висновок Дж. Дана став однією із відправних точок в передбаченні академіком В. В. Вернадським процесу майбутньої трансформації біосфери в ноосферу [9] з адекватним усвідомленням важливості інтелекту як природного ресурсу Планети та зростанням інтересу до його належного використання.

І якщо сьогодні зростання цього інтересу виливається у неконтрольовану міграцію носіїв інтелекту, у «війни» і «битви» за таланти замість ідентифікації шляхів покращання використання інтелекту будь-якого його носія, замість турботи про збереження, розвиток, примноження і ефективізацію використання здобутків інтелекту всіх членів тієї чи іншої спільноти, то продемонстрована наведеними вище прикладами різниця між станом біосфери за повної відсутності у природі людини розумної і майбутньою ноосферою з мільярдами населення – елементарними носіями інтелекту – полягає в тому, що будь-яка людська істота і, тим більше, будь-яка їх спільнота володіють інтелектом, інтелектуально-ресурсним потенціалом, інтелектуальним, людським, соціальним і т. д. капіталами, які є і повинні бути об’єктами ефективного використання.

При цьому, об’єктом ефективного використання повинен виступати не тільки інтелект «талантів», за які сьогодні багатьма міжнародними експертами від менеджменту людських ресурсів пропонується воювати, а інтелект будь-якої особистості – члена майбутнього ноосферного суспільства незалежно від її приналежності до економічної, політичної чи професійної страти (за П. Сорокіним [10]) або до страт ординарного, неординарного чи елітного інтелекту (за моделлю автора [11, с. 23]. Головною ж умовою корисності використання суспільством інтелекту кожної особистості і генерованих нею інтелектуальних продуктів виступатиме їх відповідність критеріям сталого розвитку.

Мета статті. Весь попередньо набутий людством досвід традиційного або біосферного природокористування потребує негайного доповнення результатами наукового пошуку, обґрунтування, створення і впровадження в практику життєдіяльності інноваційних рішень з удосконалення процесів і процедур використання суспільством його інтелектуальних ресурсів, адекватних вимогам і критеріям сталого розвитку – інтелектокористування.

Результати дослідження. Впровадження до вітчизняного наукового обігу у 2000 році терміну «інтелектокористування», який, на думку його авторів, узагальнював напрям дослідження з пошуку і оцінювання можливостей створення, апробації і ефективного використання нових управлінських підходів, методів, технологій та інструментів для керівників груп, команд, підрозділів, підприємств і організацій Отримані в результаті цього інноваційні рішення були покликані допомогти керівникам підняти ефективність управління інноваційною і креативною діяльністю ввірених їм людських ресурсів.

При цьому, при виборі терміну автори виходили з очевидної аналогії між добре на той час відомими і традиційно вживаними термінами «природокористування», «ресурсокористування», «землекористування» і т. п.

Вперше запропонований в статті [12], а пізніше дещо ретельніше обґрунтований і сформульований в монографії [11, с.77] термін «інтелектокористування» означав «… – доцільні та оптимальні управлінські рішення і дії з формування, збереження, нарощування та ефективного використання інтелектуально-ресурсного потенціалу особи чи групи осіб шляхом застосування відповідних стилів управління та управлінських технологій» і не мав найменшого стосунку до сфери природокористування.

Це пояснювалось тим, що автори вбачали його позитивне навантаження виключно в покращанні результатів використання інтелекту людських ресурсів підприємств, установ і організацій за рахунок впровадження «концепції інтелектокористування» як новітньої парадигми практичного менеджменту [13].

Проте, отримані в рамках окремих підприємств позитивні результати впровадження розроблених і апробованих технологій та інструментів з удосконалення управління використанням інтелекту людських ресурсів для підвищення ефективності використання всіх інших видів природних ресурсів, необхідних цим підприємствам для їх належного функціонування, поступово привело до усвідомлення необхідності і доцільності встановити певний рівень пріоритетності ролі інтелектуальних ресурсів в отриманні цих результатів.

Очевидність цієї пріоритетності демонструється моделлю людини розумної (Homo sapiens) як біологічно елементарного носія інтелекту (БЕНІ), представленою на рисунку 1.

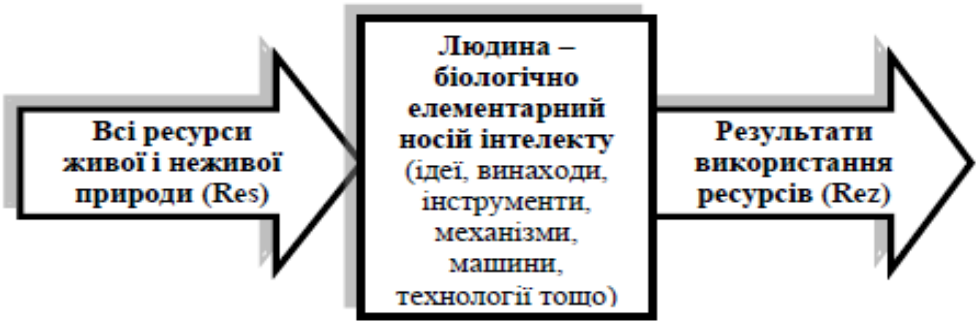


Рис. 1. Модель окремішньої людської особистості – елементарного носія інтелекту – споживача ресурсів Природи

Оскільки БЕНІ є носієм живого інтелекту, то його слід інтерпретувати як елемент, коефіцієнт інтелектуалізації якого $K_{Int}>0$ на відміну від інших складових живої природи, для яких очевидно $K_{Int}=0$. БЕНІ для задоволення своїх життєвих потреб в процесі життєдіяльності і життєтворчості генерує інтелектуальні продукти, з допомогою яких залучає і використовує відомі та доступні йому ресурси живої і неживої природи (Res), трансформуючи їх для власного споживання, а також зберігає для майбутнього використання, накопичує, ділиться із сучасниками і передає нащадкам досвід трансформації цих ресурсів у необхідні для споживання результати (Rez) у вигляді: нематеріальних, духовних або «тонких» полів (ідеї і вчення, наука і культура, погляди і переконання тощо) і/або матеріальних, фізичних або «щільних» полів (будівлі і дороги, інструменти і механізми, машини і технології, речовини і вироби з них, відходи і непотріб).

Відсутність людини в цьому ланцюжку залишила б Природу і всі ії ресурси в стані самостійного розвитку, змін і трансформацій середовища без участі інтелекту з гіпотетичними наслідками, промодельованими уже згаданим серіалом «Життя після людей». Однак момент, коли «… сотворив Бог людину на свій образ; на Божий образ сотворив її;…» [14, с. 4] став визначальним чинником подальшого розвитку створеного Творцем Світу в зв'язку з тим, що людина, яка, піддавшись спокусі і знехтувавши забороною з'їла плід дерева пізнання добра і зла, за покарання була вигнана з раю і змушена була здобувати все необхідне для життя в «тяжкім труді» і «в поті лиця».

З позиції елементарних кількісних оцінок результатів «тяжкої праці» з використання ресурсів Природи для підтримки своєї життєдіяльності, модель окремішньої людської особистості можна інтерпретувати уже як біосоціальний [15, с. 52] елемент (БСЕ) системи Людина – Природа (Рис. 2).

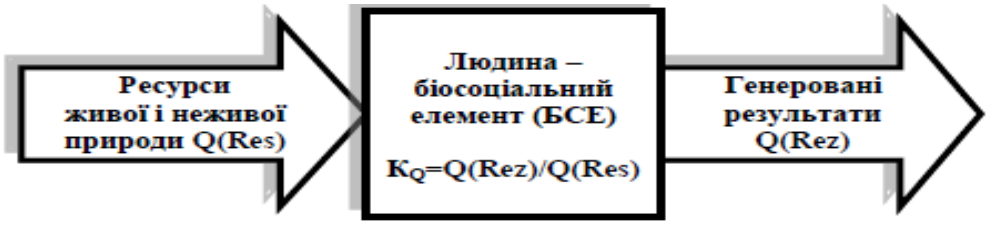


Рис. 2. Кількісна модель окремішньої людської особистості, яка трансформує певну кількість ресурсів Природи Q(Res) в певну кількість результатів своєї діяльності Q(Rez)

В такому випадку життєдіяльність БСЕ представляється кількісними показниками залучених і спожитих ресурсів Q(Res) для (як мінімум) забезпечення свого існування Q(Rez), коли в першому наближенні можна вважати, що $K_Q=Q(Rez)/Q(Res)=1$ – результати діяльності Q(Rez) людини забезпечують її особисте виживання, якщо $K_Q<1$ – стагнація, поступова деградація і загибель ($K_Q=0$), а за $K_Q>1$ – людина здатна забезпечити виживання іншого/інших біосоціальних елементів у своєму оточенні.

В зв'язку з цим коефіцієнт K_Q можна назвати коефіцієнтом біосоціалізації особистості – умови, за якої особистість шляхом забезпечення $K_Q \geq 1$ стає соціально і біологічно значимим елементом Природи.

Таким чином, за досягнення умови $K_Q>1$ частина генерованих окремішнім БСЕ результатів отримує певне ціннісне навантаження щодо їх споживання іншими елементарними членами соціуму, що дозволяє інтерпретувати модель людини у вигляді першого первинного елемента – біосоціально-економічний елемент (БСЕЕ) або Homo economicus (Рис. 3).

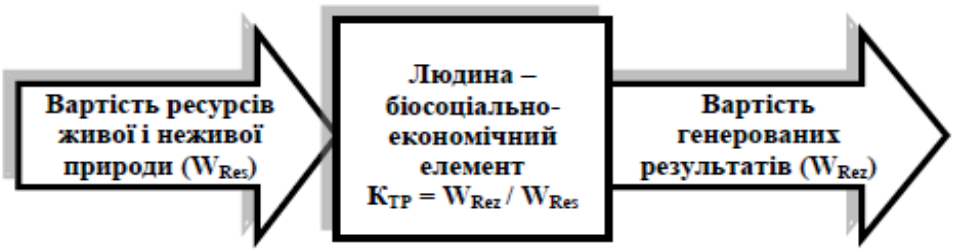


Рис. 3. Перший первинний елемент соціуму – елементарна людська особистість, який трансформує ресурси Природи вартістю W_{Res} в результати вартістю W_{Rez}

В цьому випадку діяльність БСЕЕ описується коефіцієнтом трансформації

$$K_{TR} = W_{Rez}/W_{Res} \geq 1, \quad (1)$$

де W_{Rez} – вартість генерованих людиною результатів, які мають певну цінність для неї самої і для інших людей з її оточення, а W_{Res} – вартість всіх використаних з цією метою ресурсів Природи.

Отже, коефіцієнти інтелектуалізації $K_{Int}>0$, біосоціалізації $K_Q \geq 1$ і трансформації $K_{TR} \geq 1$ повністю характеризують інтелекто-соціально-економічну суть життєвої активності окремішньої людини, інтерпретованої нами у вигляді біосоціоекономічного елемента живої Природи (див. Рис. 4).

Результуючий вектор $K_{БСЕЕ}$, будучи векторною сумою значень трьох складових $K_{Int}>0$, $K_Q \geq 1$ і $K_{TR} \geq 1$, є нічим іншим як комплексною характеристикою людини в основі результативної діяльності якої лежить трансформування ресурсів Природи на основі використання інтелекту і генерованих ним інтелектуальних продуктів.

$$K_{БСЕЕ} = (K_{Int} + K_Q + K_{TR}) \geq 1. \quad (2)$$

Факт знаходження інтелекту у витоків всіх результатів життєдіяльності і життєтворчості людини підтверджує необхідність і обґрунтованість розповсюдження «доцільних та оптимальних управлінських рішень і дій» щодо організації належного інтелектокористування на сферу та процеси природокористування як обов'язкової функції життєвої активності соціуму.

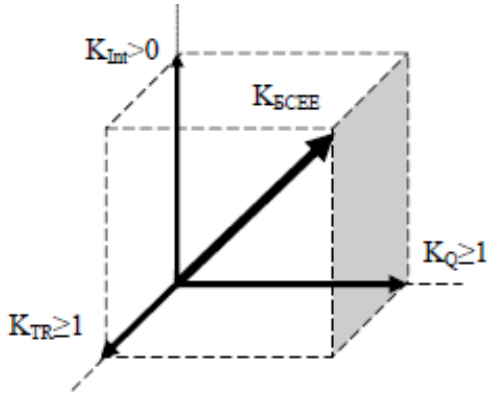


Рис. 4. Модель людини як біосоціоекономічного елемента живої Природи

В зв'язку з цим слід зауважити, що вартість результатів W_{Rez}, генерованих однією людиною для споживання іншою/іншими, об'єктивно визначається потребами соціуму, тобто іншим/іншими – потенційним споживачем/споживачами, що мотивує необхідність переходу до розгляду парної взаємодії як мінімум двох БСЕЕ, які утворюють систему і кожен з яких характеризується притаманним тільки йому значенням $K_{БСЕЕi}$. Тобто, ми отримуємо всі підстави для інтерпретації і опису чергового елементу – елементарної системи Людина – Людина, в якій, на думку проф. Мочерного С. В., «…найпростішою структурною ланкою є компонент, тобто такий елемент, який при певному способі аналізу далі не ділиться. Водночас компонентом він може бути лише тоді, коли бере участь у формуванні системи і за його відсутності система не може розвиватися» [16, с. 86].

Таким чином, якщо «найпростішою структурною ланкою» є біосоціоекономічний елемент, то два взаємодіючих елементи уже утворюють елементарну систему, названу автором свого часу «типовою управлінською парою соціотехнічних систем».

Теоретичні основи взаємодії кібернетичної системи з двох елементів свого часу була інтерпретована У. Р. Ешбі (William Ross Ashby), яким було наголошено, що «… «зворотний зв'язок» існує між двома частинами коли кожна впливає на іншу» [17, с. 53].

Якщо, в контексті дослідження і оцінки результатів взаємодії двох «найпростіших структурних ланок», складові традиційної схеми У. Р. Ешбі інтерпретувати у вигляді двох первинних елементів соціуму – біосоціоекономічних елементів БСЕЕ$_1$ і БСЕЕ$_2$, кожен з яких характеризується коефіцієнтами трансформації $К_{БСЕЕ1}$ і $К_{БСЕЕ2}$, отримаємо найбільш узагальнену інтерпретацію другого первинного елемента соціуму – елементарну соціально-економічну систему (ЕСЕС) (Рис. 5).

Згідно виконаних за участю автора в [18] обґрунтувань і доказів існування в практичному управлінні різних режимів взаємодії людей, стосунки (взаємовпливи) між цими елементами в процесі отримання спільного результату діяльності W_{Rez} можуть складатись і реалізовуватись за сценаріями «суб'єкт – об'єкт», «суб'єкт – суб'єкт», «об'єкт – суб'єкт» і «об'єкт – об'єкт»:

$$Суб'єкт\ БСЕЕ_1 \rightarrow Об'єкт\ БСЕЕ_2 \rightarrow Rez_{SO} \quad (2.3)$$

$$Суб'єкт\ БСЕЕ_1 \leftrightarrow Суб'єкт\ БСЕЕ_2 \rightarrow Rez_{SS} \quad (2.4)$$

$$Суб'єкт\ БСЕЕ_1 \leftarrow Об'єкт\ БСЕЕ_2 \rightarrow Rez_{OS} \quad (2.5)$$

$$Об'єкт\ БСЕЕ_1 \leftrightarrow Об'єкт\ БСЕЕ_2 \rightarrow Rez_{OO}, \quad (2.6)$$

де Rez_{SO}, Rez_{SS}, Rez_{OS} і Rez_{OO}, – результати взаємодії двох частин управлінської пари в трансформуванні ресурсів Природи за різноманітних варіантів інтерпретації їх взаємостосунків.

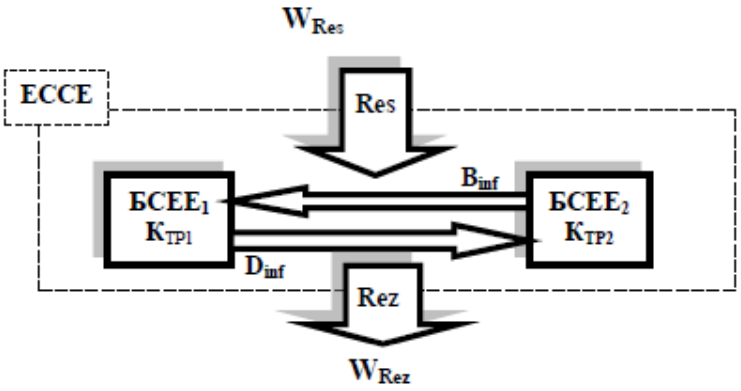


Рис. 5. Другий первинний елемент соціуму – елементарна соціально-економічна система – пара біосоціоекономічних елементів, взаємодіючих в процесі трансформації ресурсів Природи вартістю W_{Res} в результати вартістю W_{Rez}

Аналіз економічного контексту показників взаємодії пари «людина – людина» в режимах (2.3), (2.4), (2.5) і (2.6) виявить умови ефективності їх співпраці як єдиної ланки трансформування всіх вхідних ресурсів Природи Res вартістю W_{Rez} в необхідний і самій ЕСЕС, і всьому соціуму позитивний результат Rez вартістю W_{Res}.

Отже, якщо припустити, що в ЕСЕС елемент БСЕЕ$_1$ з коефіцієнтом трансформації $К_{БСЕЕ1}$ трансформує частину ресурсів Res вартістю W_{Res} в управлінські рішення D_{inf} (вплив БСЕЕ$_1$ на БСЕЕ$_2$) щодо подальшого трансформування цих же ресурсів елементом БСЕЕ$_2$ з коефіцієнтом $К_{БСЕЕ2}$ у загальний вихідний результат системи Rez вартістю W_{Rez}, то цю послідовність трансформацій можна записати у наступному вигляді:

$$D_{inf} = F(W_{Res} \cdot К_{БСЕЕ1}). \quad (2.7)$$

$$W_{Rez} = F(D_{inf} \cdot К_{БСЕЕ2}) = F(W_{Res} \cdot К_{БСЕЕ1} \cdot К_{БСЕЕ2}). \quad (2.8)$$

При цьому, зворотний вплив БСЕЕ$_2$ на БСЕЕ$_1$ також записується як

$$B_{inf} = F(W_{Res} \cdot К_{БСЕЕ1} \cdot К_{БСЕЕ2}) = W_{Rez}. \quad (2.9)$$

Загальний результат економічно ефективного функціонування елементів БСЕЕ$_1$ на БСЕЕ$_2$ системи ЕСЕС за умови відсутності зворотного впливу ($B_{inf} = 0$) визначається як

$$W_{Rez} = W_{Res} \cdot К_{ЕСЕС} \geq 1, \quad (2.10)$$

а у випадку наявності такого зв'язку ($B_{inf} \neq 0$) описується залежністю

$$W_{Rez} = W_{Res} \cdot К_{ЕСЕС} /(1 - \alpha \cdot К_{ЕСЕС}), \quad (2.11)$$

де – $К_{ЕСЕС}$ – коефіцієнт трансформації системи двох біосоціоелементів ($К_{ЕСЕС}=К_{БСЕЕ1} \cdot К_{БСЕЕ2}$ або $К_{ЕСЕС}=К_{БСЕЕ1}+К_{БСЕЕ2}$); α – коефіцієнт зворотного зв'язку, який може змінюватись в межах від 0 до значення $1/К_{ЕСЕС}$, визначаючи стан системи, який при $\alpha = 0$ описується виразом (2.9), а при $\alpha \to 1/К_{ЕСЕС}$ $W_{Rez} \to \infty$, система втрачає стабільність, перестає розвиватись, деградує, прямує до занепаду і самоліквідації, як це було продемонстровано в [19, 20].

В зв'язку з тим, що як прямий вплив D_{inf}, так і зворотний вплив B_{inf} формуються суб'єктом-людиною і об'єктом-людиною, кожному із яких є притаманними творчий, особистісний, соціальний, емоційний, професійний і т. д. інтелект, а також певні психологічно-поведінкові та морально-духовні характеристики і вміння їх використовувати, можна стверджувати, що коефіцієнт трансформації кожної особистості в системі є функцією складових її інтелекту

$$К_{БСЕЕ1} = Ф\ (I_{TP}, I_{OP}, I_{CP}, I_{EP}, I_{ПР}) \text{ і } К_{БСЕЕ2} = Ф\ (I_{TR}, I_{OR}, I_{CR}, I_{ER}, I_{ПР}). \quad (2.12)$$

Отже, якщо вказаними вище складовими інтелекту кожної особистості з пари БСЕЕ$_1$-БСЕЕ$_2$ системи формуються значення $К_{БСЕЕ1}$ і $К_{БСЕЕ2}$, то ними ж визначатиметься і результат їх взаємодії W_{Rez}, а в зв'язку з тим, що в силу природної різноманітності людей (культура, освіченість, досвід, статус і т. д.) значення $К_{БСЕЕ1} \neq К_{БСЕЕ2}$, то саме їх співвідношенням при формуванні $К_{ЕСЕС}$ будуть визначатися кінцеві результати спільної діяльності W_{Rez} згідно виразів (2.9) і (2.10).

При цьому, гіпотетично запропонованим варіантам і результатам функціональної взаємодії (2.3), (2.4), (2.5) і (2.6) можуть відповідати наступні співвідношення $К_{БСЕЕ1}$ і $К_{БССЕ2}$, покликані забезпечити досягнення запланованого значення W_{Rez} шляхом підтримання необхідного значення $К_{ЕСЕС}$, якими і визначається тип взаємодії між елементами системи:

– умовою традиційного варіанту взаємодії в режимі «суб'єкт – об'єкт» (2.3) виступає $К_{БСЕЕ1} >> К_{БСЕЕ2}$ – домінуючий вплив (управління) БСЕЕ$_1$ на БСЕЕ$_2$ для формування W_{Rez}, за якого B_{inf} практично не враховується в рішеннях БСЕЕ$_1$ – (автократія);

– умовою варіанту взаємодії в режимі «суб'єкт – суб'єкт» (2.4) виступає $К_{БСЕЕ1} = К_{БСЕЕ2}$ – гармонізоване управління шляхом спільного формування рі*шень про поведінку БСЕЕ$_1$ і БСЕЕ$_2$ в процесі досягнення W_{Rez}, а $D_{inf} = F(W_{Res} \cdot К_{БСЕЕ1} \cdot К_{БСЕЕ2} \cdot W_{Rez})$ – (демократія);

– умовою варіанту взаємодії в режимі «об'єкт – суб'єкт» (2.5) виступає $К_{БСЕЕ1} << К_{БСЕЕ2}$ – компенсація нездатності БСЕЕ$_1$ приймати необхідні для досягнення W_{Rez} рішення усвідомленим використанням інтелектуального потенціалу та інтелектуальних продуктів БСЕЕ$_2$ для корекції початкового рішення $D_{inf} = F(W_{Res} \cdot К_{БСЕЕ1})$ в необхідне $D_{inf} = F(W_{Res} \cdot К_{БСЕЕ1} \cdot К_{БСЕЕ2} \cdot W_{Rez})$ – (субократія – термін, запропонований в [18] для визначення факту управлінського впливу об'єкта на суб'єкт);

– умовою варіанту взаємодії в режимі «об'єкт – об'єкт» (2.6) виступає $К_{БСЕЕ1} \approx К_{БСЕЕ2}$ – спільне безсубординаційне управління функціонуванням БСЕЕ$_1$ і БСЕЕ$_2$ для досягнення результату W_{Rez} без домінуючих взаємовпливів ($D_{inf} = 0$ і $B_{inf} = 0$) – (сучасні варіанти холакратії [для прикладу, 21, 22, 23]).

Цілком очевидно, що досягнення необхідного для розвитку першого і другого первинних елементів соціуму результату W_{Rez} може бути забезпечено за будь-яких описаних вище варіантів взаємовідносин і взаємовпливів БСЕЕ$_1$ і БСЕЕ$_2$. Однак, якщо для варіантів (2.3) і (2.5) взаємодії БСЕЕ$_1$ і БСЕЕ$_2$ для досягнення цього результату необхідно використовувати однією із сторін щодо іншої якісь додаткові заходи впливу через примус, стимулювання, посилений контроль і т. п., а для варіанту (2.6) – через мотивацію незалежністю і відсутністю владних впливів, то варіант (2.4) створює найкращі передумови для досягнення ЕСЕС максимально можливих результатів $W_{Rez} \to max$ тільки за рахунок ефективного використання в процесах і процедурах управління її «інтегрального інтелекту», що дозволяє рекомендувати

такий режим функціонування до масштабного використання як у практичному бізнес-менеджменті, так і в публічному управлінні та адмініструванні.

Тому, в основі організації належного інтелектокористування в соціумі лежить проблема усвідомлення біосоціоекономічними елементами пріоритетної важливості управління процесами «формування, збереження, нарощування та ефективного використання» не тільки власного інтелекту, а й інтелекту своїх потенційних партнерів, яким визначається коефіцієнт трансформації будь-якої системи.

Звернемо увагу читача на той факт, що сьогодні в практиці управління життєвою активністю соціуму присутні всі можливі варіанти управління процесами взаємодії людей, починаючи від автократії, демократії, субократії, холакратії та їх різноманітних комбінацій.

Проте, у фаховій літературі найбільш ретельно дослідженими поки-що залишаються теоретичні моделі і практичні рекомендації щодо умов управління соціальними колективами з позиції «… вивчення особистісних проявів взаємодії у форматі «суб'єкт управління - об'єкт управління»; виявлення негативних причин відсутності гармонізованої взаємодії…» [24].

Організація суб’єкт-суб’єктної взаємодії біосоціоекономічних елементів соціально-економічних систем сьогодні вітчизняними авторами активно досліджується, аналізується і рекомендується до використання в різних сферах соціальної активності, серед яких публічне управління і адміністрування [для прикладу 25, 26], менеджмент [для прикладу, 27, 28], вища освіта [для прикладу, 29, 30], педагогіка [для прикладу, 31, 32].

Що ж до варіантів взаємодії елементів ЕСЕС на засадах «субократії» і «холакратії», то до останнього часу у вітчизняній літературі подібні дослідження, оцінки і, тим більше, рекомендації з можливості та цілей їх практичного використання не виконувались.

Однак, досвід практичного управління дозволяє стверджувати, що в реальному житті теоретично окреслені чотири типи взаємодії елементів ЕСЕС в чистому вигляді не спостерігаються, а формується їх певний *mix* – комбінація, в якій присутні в тій чи іншій мірі ознаки всіх чотирьох теоретичних складових, одна з яких виступає домінуючою, а інші ситуаційно допоміжними. Якщо домінуючою складовою визначатиметься основний, тобто діючий в системі тип взаємодії між її елементами, то можливість виникнення, використання і впливу всіх інших визначатиметься поточною ситуацією в залежності від отриманих системою результатів діяльності.

При цьому, в ЕСЕС завжди зберігатиметься роль суб’єкта, яким, в залежності від його відношення до концепції інтелектокористування і володіння її інструментарієм, буде визначатись або «суб’єкт-об’єктна» або «суб’єкт-суб’єктна» домінанта взаємовідносин за можливої наявності інших складових, виникнення і вплив яких на стан системи мотивуватиметься наявністю певної неспроможності діючого суб’єкта забезпечувати необхідний результат.

Висновки. Таким чином, процес інтелектокористування, який проявляється за умови використання власного інтелекту як мінімум окремішньою людиною – складовим елементом системи і посилюється в процесі її взаємодії з іншими людьми – елементами цієї ж системи з використанням їх інтелекту, є необхідною і обов’язковою функцією життєвої активності соціуму. Якщо за належної організації цього процесу відбувається поступове і неухильне удосконалення і розвиток соціуму, а неналежний стан гальмує процеси розвитку і спричиняє стагнацію, то відсутність цього процесу призводить до деградації, занепаду і зникнення соціуму.

Отже, якщо проблема використання певних частин інтелектуальних ресурсів як джерела «езотеричних», «таємних» і т. п. знань для власного вжитку завжди була предметом зацікавленості з боку їх потенційних споживачів – керівників і керівних органів самих різноманітних людських спільнот, починаючи від вождя і ради старійшин первісного племені та закінчуючи президентами і радами директорів сучасних транснаціональних компаній, президентами, прем’єрами, парламентами і урядами держав, то проблема необхідності і доцільності ефективного використання всіх інтелектуальних ресурсів ноосферного суспільства тільки починає формулюватись.

Тому, проблема удосконалення управління використанням інтелектуальних ресурсів соціально-економічних систем через покращання процесів і процедур інтелектокористування, частково розглянута в [11, 13, 33, 34, 35, 36], заслуговує на розширене трактування не в якості проблеми окремого підприємства чи організації, території чи регіону, а проблемного питання подальшого сталого розвитку суспільства в умовах, коли «Суперечливість і турбулентність сучасного світового розвитку вимагає активного пошуку стабілізуючих, врівноважуючи механізмів управління надскладними глобальними відносинами і процесами в інтересах виживання людства» [37, с. 377].

ЛІТЕРАТУРА

1. Життя після людей / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://megatv.ua/programs/zhyttya-pislya-lyudej/
2. Кембріджський словник англійської мови / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dictionary.cambridge.org/ru/brain-drain
3. Майклз Э., Хэндфилд-Джонс Х., Экселрод Э. Война за таланты. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 272 с.
4. Шеремета П. Як перемогти у війні за таланти / П. Шеремета // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://innovations.com.ua/ua/articles/13355/temp
5. The battle for brainpower [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.economist.com/node/7961894
6. Робертсон А., Эбби Г. Управление талантами. – Днепропетровск: Баланс-клуб, 2004. – 184 с.
7. Ashton C. Managin talent for competitive advantage. Taking a systemic approach to talent management / Chris Ashton, Lynne Morton // Strategic HR Review. – 2005. - Volume4, Issue 5 – P. 28-31.
8. Смирнов Г. С. Цефализация ноосферы: эволюция разумного вещества на рубеже тысячелетий / Г. С. Смирнов // Вестник Ивановского государственного университета. Философия. – 2012. – Вып. 2(12). – С. 17-30.
9. Вернадський В. Кілька слів про ноосферу / В. Вернадський // Вибрані праці. – К.: Наукова думка, 2005. – С. 266-275.
10. Сорокин П. А. Цивилизация. Общество / Общ. ред. сост. и предисл. А. Ю. Соломонова: Пер. с англ. – М.: Политиздат, 1992. – 543 с.
11. Петренко В. П. Управління процесами інтелектокристування в соціально-економічних системах : наукова монографія / В. П. Петренко. – Івано-Франківськ: Нова Зоря, 2006. – 352 с.
12. Петренко В. П. Процес інтелектокористування як важлива складова економічного розвитку регіону / В. П. Петренко, Е. А. Ревтюк // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2000. - № 384. – С. 313-317.
13. Петренко В. П. Концепція інтелектокористування як основа новітньої парадигми практичного менеджменту / В. П. Петренко // [Електронний ресурс] International Conference Project / II-я международная научно-практ. конф. «Современные тенденции развития научной мысли». 31.01.-07.02.2011.- Лондон-Одесса. – Всеукраинский академический союз. 2011. – Режим доступу : http://www.icp-ua.com/ru/conference2
14. Святе Письмо Старого та Нового Заповіту. – United Bible Societies, 1992.
15. Залеський І. І. Екологія людини: підручник / І. І. Залеський, М. О. Клименко. – Херсон : ОЛДІ- ПЛЮС, 2014. - 340 с.
16. Мочерний С. В. Економічна теорія : підручник / С. В. Мочерний, М. В. Довбенко. – К.: Академія, 2004. – 856 с.
17. Ashby W. Ross. An Introduction to Cybernetics / W. Ross Ashby. – London: Charman & Hall Ltd, 1957. – 295 p.
18. Дзвінчук Д. І. Шодо теоретичного аналізу і уточнення поняття «управлінська пара» як основи розвитку та удосконалення публічного управління / Д. І. Дзвінчук, О. В. Лютий, В. П. Петренко // Зб. наук. праць «Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії». – 2016. – Вип. 67. – С. 191-202.
19. Петренко В. П. Теоретична реінтерпретація сутності і дії зворотних зв'язків як основи інтеграційних процесів в управлінні соціально-економічними системами / В. П. Петренко,Д. І. Дзвінчук, О. В. Немчук // Менеджмент, маркетинг та інтелектуальний капітал в глобальному економічному просторі: монографія / під наук. ред. П. Г. Перерви, О. І. Савченко, В. Л. Товажнянського. – Х.: «Цифрова друкарня №1», 2012. – С. 209-220).
20. Фадєєва І. Г. Роль додатного зворотного зв'язку в синергічному розвитку корпорацій / І. Г. Фадєєва // [Електронний ресурс] Руснаука http://www.rusnauka.com/32_PVMN_2011 /Economics/9_97541.doc.htm
21. Moreno H. What are the advantages and disadvantages of holacracy? / Helga Moreno // [Електронний ресурс] Quora. – Режим доступу : https://www.quora.com/What-are-the-advantages-and-disadvantages-of-holacracy
22. Courtright C. Peer-Based Control in Self-Managing Teams: Linking Rational and Normative Influence With Individual and Group Performance / S. Courtright, G. L. Stewart, M. R. Barrick // Journal of Applied Psychology. – 2012. – Vol. 97, #2. – pp. 435-447.

23. How Medium is Building a New Kind of Company with No Managers [Електронний ресурс] First Round Review. Magazin Management. – Режим доступу : http://firstround.com/review/How-Medium-is-building-a-new-kind-of-company-with-no-managers/

24. Пашко Л. Гармонізація управлінських відносин у форматі «керівник – підлеглий»: реальність чи утопія? / Людмила Пашко // Вісн. НАДУ. – 2011. – № 4. – С. 56–65. – Режим доступу : http://visnyk.academy.gov.ua/wp-content/uploads/2013/11/2011-4-9.pdf

25. Мартиненко В. М. Нова парадигма публічного управління – об'єктивний імператив XXI століття (теоретико-методологічний аспект) / В. М. Мартиненко // Публічне управління. – 2011. - №3(7). – С. 4-16.

26. Григор'єва В. А. Гуманістична сутність суб'єкт-суб'єктної взаємодії / [Електронний ресурс] Електронна бібліотека НАПН України. – Режим доступу : http://lib.iitta.gov.ua/6839/1/ТЕЗИ_гуманістична_сутність.pdf

27. Попов С. И. Наукова парадигма суб'єкт-суб'єктного управління в умовах сучасного континууму / С. М. Попов // Гуманітарний вісник Запорізької державної інженерної академії : Збірник наукових праць / Гол. ред. Г. В. Воронкова. Вип. 43. – Запоріжжя: Вид-во ЗДІА, 2010. – С. 166-175.

28. Шавкун І. Г. Менеджмент як соціокультурне явище: соціально-філософський аналіз : дис. на здоб. наук. ступ. д-ра філос. наук за спец. 09.00.03 – соціальна філософія та філософія історії / І. Г. Шавкун. – Київ, 2008. – 450 с.

29. Хоменко А. Суб'єкт-суб'єктні відносини як основа реалізації сучасної парадигми вищої освіти в Україні / А. Хоменко // Педагогічні науки. – 2015. – №64. – С. 66-74.

30. Гончар Е. В. Новейшие технологии субъект-субъектного взаимодействия участников учебного процесса высшей школы / Е. В. Гончар // Педагогика, психология и медико-биологические проблемы физического воспитания и спорта. – 2012. – №3. – С. 40-44.

31. Шеховцова С. Суб'єкт-суб'єктна педагогічна взаємодія як механізм формування суб'єктності студента до професійної педагогічної діяльності / С. Шеховцова // Молодь і ринок. – 2014. - №9. – С. 50-53.

32. Слюсаренко Н. Суб'єкт-суб'єктний підхід до організації педагогічного процесу / Н. Слюсаренко, М. Кульбацька // Людинознавчі студії. Серія «Педагогіка». – 2015. – Вип. 1(33). – С. 194-2001.

33. Петренко, В. П. Інтелектуальні ресурси соціально-економічних систем: аспекти інноваційного управління : монографія / В. П. Петренко. – Івано-Франківськ: ПП. Курилюк В.Д., 2009. – 196 с.

34. Петренко В. П. Управління використанням інтелектуальних ресурсів соціально-економічних систем : дис. на здоб наук. ступ. д-ра екон наук за спец. 08.00.03 – економіка і управління національним господарством / В. П. Петренко. – Львів: ІРД, 2009. – 381 с.

35. Петренко В. П. Щодо ідентифікації процесу інтелектокористування в якості фундаментальної проблеми раціоналізації використання людством природних ресурсів планети / В. П. Петренко // Матеріали міжнар. наук.-практ. конференції «Економіка та управління в нафтогазовому комплексі України: актуальні проблеми, реалії та перспективи» (21-23 вересня 2016 р., м. Івано-Франківськ). – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ, 2016. – С. 77-78.

36. Petrenko V. The Process of Intelligence Usage as a Fundamental Problem of Rationalizing the Human Use of Earth's Natural Resources / V. Petrenko, S. Kis, Ya. Kalambet // International Interdisciplinary Scientific Journal CZ-WNS. - #1. – pp. 20-30. – Режим доступу : http://internationalscientificjournalnews.eu/data/documents/ISSUE-1pp.20-30_2019.pdf

37. Бех Ю. В. Філософський модус загальної теорії управління : монографія / Ю. В. Бех; Мін-во освіти і науки України. Нац. пед. ун-т імені М. П. Драгоманова. – К.: Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2013. – 476 с.

ПОДОЛАННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ АСИМЕТРІЇ, ПОВНОТА ТА ОПЕРАТИВНІСТЬ ПОДАННЯ ПОДАТКОВОЇ ЗВІТНОСТІ ЯК ПРЕВЕНТИВНІ ЗАХОДИ УХИЛЕННЯ ВІД ОПОДАТКУВАННЯ

Святаш С. В.

Україна, Київ, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ARTICLE INFO

Received 12 January 2018
Accepted 28 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

asymmetry of information,
tax reporting,
tax accounting,
e-document management,
innovation technology,
optimization,
minimization,
tax evasion

ABSTRACT

An asymmetry of information exists in any field of the economy. It negatively affects partnership between counterparties and on implementation of the state functions. The tax authorities and taxpayers are interested in minimizing the asymmetry of information and in tax reporting being complete and formulated in time. To achieve these goals, to avoid tax evasion and to increase the effectiveness of the financial and economic activity and state taxation policy, it is expedient to use innovative technologies in tax accounting and IT-platforms for cooperation between government bodies and entities. The solution of antagonistic needs of the counterparties of taxation is based on improvement of tax conditions and on a constant process of improving the effectiveness of information policy of both sides based on a partnership principles.

© 2018 The Author.

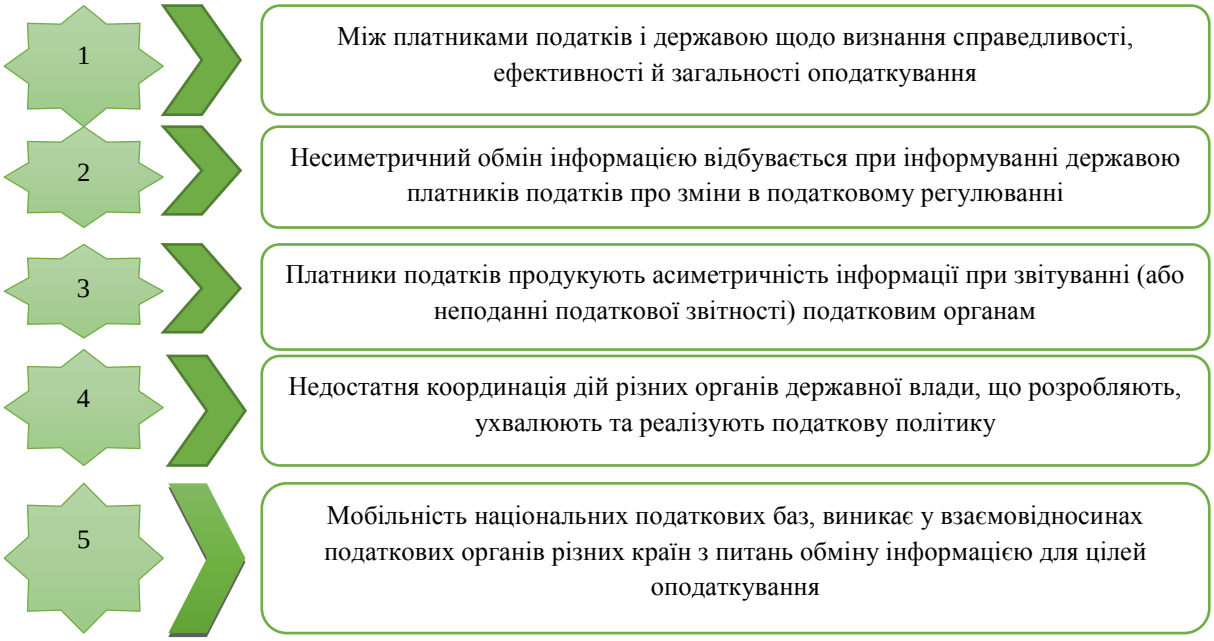
Вступ. Кожен з учасників ринку – чи то суб'єкт господарювання, чи то держава – веде свою діяльність виходячи з наявної інформації, покликаної допомогти у вирішенні питань, пов'язаних із досягненням головних цілей гравців ринку. Оскільки кожний учасник економічних відносин має на меті досягнення різних цілей, подеколи навіть протилежних, то відповідно і потребують інформацію різного змісту. Окрім того, вся наявна в економіці інформація не є рівнодоступною для кожного з користувачів інформаційного поля. Таким чином, платник податків може приховувати частину інформації, частково або повністю переходячи «в тінь», ухиляючись від оподаткування, користуючись асиметричністю інформації та неможливістю контролюючого органу точно визначити повноту облікових та економічних даних. Така проблематика існує в усіх сферах економічних зв'язків, зокрема і в податкових відносинах.

Це доводить, що питання асиметрії інформації дуже актуальне в сьогоднішніх умовах невизначеності. Над її вирішенням працювали та працюють ряд науковців. Серед зарубіжних дослідників можемо виділити А. Агравала [2], Дж. Акерлофа [1], Р. Д. Барклея та М. Дж. Джеймса [3], В. Г. Брента [9], Р. Н. Джаймса [7], М. Т. Леарі та М. Р. Робертса [4], Лі Чена та Г. В. Пура [5], П. Манасе та Л. Ботаза [6], Дж. Стігліца [8], Єв Мінг Чіа [10], К. Шу та Дж. Вейанта [11].

Результати дослідження. Існування асиметричності податкової інформації зумовлюється в першу чергу запитами користувачів, які мають різні зв'язки та рівні доступу до суб'єкта господарювання. Оскільки менеджери та власники володіють переважно внутрішньою інформацією, а зовнішні користувачі в особі державних контролюючих органів частково мають внутрішню інформацію (яка надається податковими обліковцями та власниками підприємства) та частиною зовнішньої інформації від контрагентів та ситуації на ринку, виникає інформаційна асиметрія в області оподаткуванні.

Так як облікова та аналітична інформація займає близько 70 % [13, с. 274] від усієї сукупності економічної інформації у переважній більшості суб'єктів господарювання, асиметрія обліково-аналітичної інформації значно впливає на ефективність прийняття рішень та стан підприємства в цілому. У податкових відносинах асиметрія інформації виникає в першу чергу через рівнонаправлені інтереси учасників взаємовідносин. Відповідно, платник податків намагається оптимізувати податкові платежі, в той час, коли податкові контролюючі органи мають основну ціль – збільшення податкових надходжень до бюджету. Недовіра один до одного ґрунтується на тому, що платник податку, розуміючи, що його інтерес протилежний до

інтересу контролюючих органів у податковій сфері, приховує частину інформації. Проблеми асиметрії податкової інформації можемо згрупувати наступним чином (див. рис. 1).



Джерело: складено на основі 12

Рис. 1. Аспекти податкової інформаційної асиметрії

Можна зазначити, що перший аспект асиметрії інформації є напрочуд важливим та найпоширенішим у податковій практиці, адже залежно від відповідності податкової системи в цілому загальним уявленням та очікуванням всіх контрагентів сфери оподаткування будуються наступні дії щодо рівня дотримання податкового законодавства, а відтак і намагання уникнути чи ухилитися від оподаткування.

Другий аспект щодо волатильності та неповності податкової інформації, яка надається державою платникам податків полягає в наступному: держава в особі податкових органів повинна повідомляти завчасно про зміни в податкову законодавстві аби платники податків мали час для адаптації до нових умов господарювання. На практиці ця норма обов'язково застосовується у випадку, якщо податкові зміни здійснюються на користь держави, а якщо податкові зміни відбулися на користь платника податків або призвели до скасування пільг з оподаткування, порушують правила конкуренції та створення переваг окремим гравцям ринку, то зазвичай вони публікуються не на скільки нагально, як перші зміни. Окрім того, зміни до податкового законодавства часто приймаються під новий рік, тобто вищі органи державної влади не дотримуються законодавчих норм, і таким чином збільшують проблему невизначеності та асиметричності інформації.

Наслідками ведення неякісної податкової політики може бути недоцільна з точки зору держави реакція платників податків, а саме ухилення від податкових платежів, лобіювання податкових пільг, вихід «у тінь», а як наслідок – економічні втрати на рівні народного господарства. Наявність інформаційно-довідкового департаменту Державної фіскальної служби позитивно впливає на поінформованість платників податків про зміни в законодавстві чи роз'ясненнях, однак в той же час даний департамент фінансується за рахунок тих же сплачених податкових платежів, а тому його існування можна вважати платою за зменшення викривлення, невизначеності та асиметрії інформації, що позитивно впливає на діяльність суб'єктів господарювання та окремих платників податків. Уніфікувавши нормативну податкову базу, необхідно також дотримуватися принципу стабільності, а саме не приймати податкові зміни пізніше ніж за 6 місяців до початку нового бюджетного року. Взагалі, уніфікації, значного спрощення та вдосконалення потребують не тільки законодавчі акти, а й форми податкової звітності, різного роду інструкції тощо.

На взаємодію учасників податкових відносин негативно впливає асиметрія інформації у різних контролюючих державних органів, тобто відсутність узгодженості інформаційних баз органів податкового регулювання та інших державних структур. Щоб подолати проблему

асиметрії та відсутності цілісності інформаційного простору в державних податкових органах доцільно створити єдину інформаційну базу з різним рівнем доступу для кожного з учасників податкових відносин, але з можливістю швидкого запиту та обміну необхідними даними між відповідними державними органами для швидкого, ефективного та якісного виконання покладених на них функцій. Окрім того, варто побудувати цілісну інформаційну систему, яка б дозволила оперативно обмінюватися інформацією не лише між податковими органами, а й правоохоронними органами, банківським сектором та іншими секторальними структурами державної влади.

Щодо глобального (міжнародного) рівня, то більшість країн використовують в оподаткуванні принцип резидентства, тобто оподаткування суб'єктів господарювання за місцем його реєстрації, а тому обмін податковою інформацією між органами податкового контролю, які регулюють податкові сфери держав, стає гостро необхідним. Україні, для того, щоб зменшити негативний вплив від асиметрії інформації на глобальному ринку доцільно більш активно включатися у роботу з гармонізації податкового законодавства та обміну інформації між податковими органами різних держав.

Однією з найголовніших проблем асиметрії інформації є викривлення, волатильність, неточність податкових даних, які надходить до податкового органу від платника податків переважно у формі звітності. Ця неточність та неповність під час звітування суб'єктів господарювання перед податковими органами спричинена передусім високою складністю податкового законодавства, а також значним податковим тягарем, який лягає на платників. Так, з метою ухилення від сплати податків суб'єкти господарювання подають недостовірну інформацію, наприклад щодо податку на прибуток – платники звітують про від'ємні фінансові результати (збитки). Так, у 2016 р. частка збиткових підприємств становила 27 %, у 2015 р. – 26,7 %, у 2014 р. – 34,5 %, у 2013 р. – 35 %, у 2012 р. – 37 %. Частка збиткових підприємств з кожним роком скорочується і в період січень-червень 2017 р. такі підприємства становили 31,9 % [15]. Дана тенденція вказує на поліпшення економічного клімату в тому числі і податковому, однак у 2017 р. спостерігається зростання кількості збиткових підприємств, що може говорити і про подання асиметричної, неправдивої або неповної фінансової інформації. Адже, не зважаючи на збитковість господарської діяльності даних підприємств, вони і надалі продовжують її здійснювати, а отже, можемо зробити висновок, що насправді їхня діяльність є прибутковою, а не декларуючи прибуток, вони ухиляються від сплати податку на прибуток.

Оскільки частина платників податків все одно буде обирати уникнення та ухилення від оподаткування, то існує постійний ризик недоотримання повної інформації стосовно господарської діяльності таких платників податковими чи іншими контролюючими органами. Тому виникає питання: яким чином забезпечити розуміння фіскалів чи наявна подана інформація у звітності повна та достовірна, а при перевірці платника податків – чи він надав всю інформацію, чи приховав частину задля незаконної мінімізації оподаткування.

Мікроекономічний рівень, продукуючи асиметрію інформації, вирішує дану проблему ситуативно, за допомогою знаходження інформації та реагування на відповідні ринкові сигнали інформаційними заходами, що максимально відповідають поточному становищу суб'єкта господарювання та особливостями таких платників податків. На макрорівні ринкові індикатори асиметрії інформації формуються не окремими підприємствами, а надгалузевими утвореннями та наднаціональними організаціями – глобальними суб'єктами ринку. Пластун О. Л. [17] вважає, що частково зменшити асиметрію інформації на макроекономічному рівні можливо за рахунок складання різного роду рейтингів, наприклад, інвестиційного клімату, податкового клімату, легкості ведення бізнесу та ін. Однак, на нашу думку, дане рейтингування є не процесом подолання проблеми асиметрії інформації, а процесом виявлення її рівня, її значимості чи глобальності, а відтак і визначення необхідності вчинення певних дій задля ліквідації даної проблематики.

Для того, щоб сформувати розуміння змісту необхідних кроків для подолання асиметрії інформації, податкові органи повинні чітко розуміти де та в яких умовах виникають та продукуються платниками податків та самими контролюючими органами невизначеності в системі оподаткуванні в цілому та податковому рахівництві зокрема (див. рис. 2).

Потреби різних користувачів інформації, фактично визначають напрямок її викривлення. Зрозуміло, що, якщо держава є основним користувачем податкової інформації, то суб'єкт господарювання-платник податків хоче показати якомога нижчі фінансові показники з метою зменшення об'єкту оподаткування. В Україні поширена практика зниження фінансових результатів, а відтак зниження інвестиційної привабливості платника податків, зменшення заробітної плати до мінімуму у цілях мінімального її оподаткування тощо.

Джерело: створено автором на основі 19, с. 38

Рис. 2. Види невизначеності в оподаткуванні

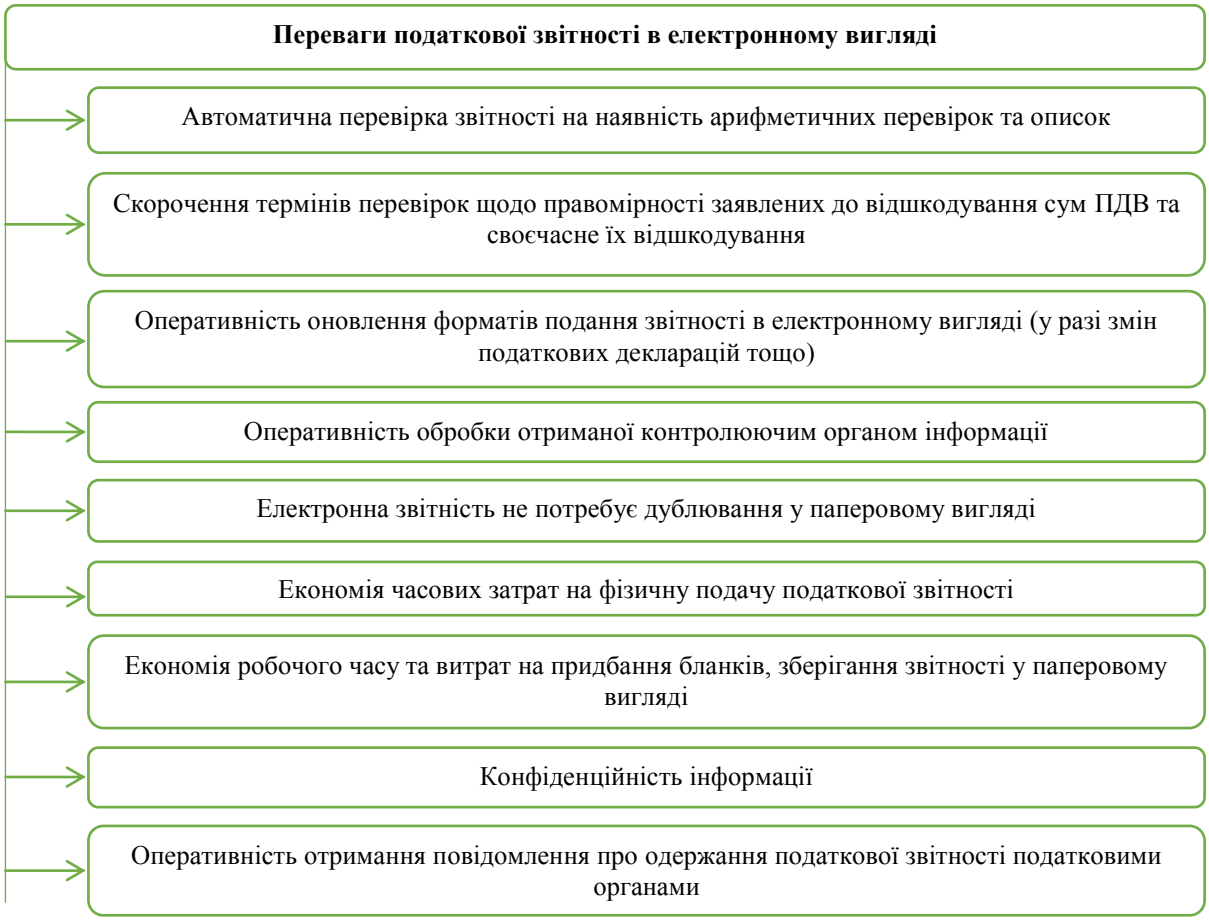
Податкова звітність дозволяє не тільки здійснювати контроль державними органами за сплатою податків, а й слугує базою для комплексних досліджень у сфері оподаткування та вихідними даними для визначення необхідності проведення податкових реформ. Саме тому, інформація, зібрана обліком в податках має бути своєчасною, точною та повною з метою запобігання викривлення розуміння здійснених змін.

Платникам податків надається можливість подавати податкову звітність до контролюючих органів за одним із трьох способів: особисто або через уповноважену особу; поштою з повідомленням про вручення та описом вкладення; в електронній формі з використанням електронного цифрового підпису [14]. Великі та середні платники податків подають звітність в електронній формі з метою оптимізації документообігу як у таких платників податків, так і в податковому органі. Забороняється формувати податкову звітність на даних обліку, що не підтверджені відповідними первинними документами [18].

Сьогодні електронний формат подання податкової звітності є надзвичайно оптимізуючим фактором для платників податків з точки зору зниження ресурсозатратності ведення обліку податків та для контролюючих органів з точки зору зниження затрат на камеральну перевірку та іншу поточну роботу контролюючих органів. Окрім того, електронна податкова звітність підвищує оперативність її подачі, що знижує ризик ухиляння від сплати податків. Переваги подання податкової звітності в електронному вигляді зображені на рис. 3.

Але, навіть попри часткове вирішення питання оперативності подання податкової звітності платниками податків, залишається відкритим ще одна важлива проблематика, а саме – добровільне повне висвітлення фінансово-господарської діяльності суб'єктами господарювання. Очевидно, що не всі платники навмисно обрали схему мінімізації

оподаткування у вигляді ухилення або уникнення оподаткування, і переважно повністю відкривають облікову інформацію податкових інспекторам у випадку перевірок чи запитів. Однак, частина платників податків не надають всю інформацію або частково приховують її від податкових органів з метою незаконної оптимізації податкових платежів.



Джерело: складено автором на основі 14

Рис 3. Переваги подачі податкової звітності в електронному вигляді

Власне, автоматизація подання податкової звітності вирішить питання оперативності обліку в податках. Варто також розуміти, що зведеної інформації щодо даних про кількість платників податків, які несвоєчасно подали податкову звітність не існує у фіскальних органах [16]. Це говорить про надзвичайно низьку ефективність інформаційної бази податкових органів, адже єдина база щодо своєчасності подачі податкової звітності платниками податків була б набагато ефективніша. За умови єдиної бази, спільної для всіх відділень фіскальних органів, податкові фахівці могли б чітко відслідковувати оперативність подачі податкових декларацій, порівнювати відповідні дані між контрагентами, які невчасно подають податкову звітність зважаючи або ні на їх географічну складову (місце органу реєстрації).

Ведення даного реєстру дозволило б побудувати автоматичну базу, яка б надала можливості визначити окрім загальної статистики з даного питання, інформацію про те, хто з платників податків подає податкову звітність невчасно, на скільки прострочені передбачені Податковим кодексом строки, як такі контрагенти (якщо такі є) пов'язані між собою, мати податкову історію даних платників податків (вузьку та розширену) з даного питання. На базі таких даних можливе автоматичне нагадування платникам податків про наближення терміну подання податкової звітності або про його прострочення, що є ймовірно позитивним сервісом для платників податків, а також автоматичне врахування даної інформації при визначенні ризиків, які впливають на внесення суб'єкта господарювання у план щодо податкових перевірок на відповідний період.

Очевидно, що така інформаційно-аналітична база може формуватися автоматично за рахунок використання електронних сервісів з подання податкової звітності, наприклад,

Електронний кабінет платника податків. Оскільки даний кабінет платника податків не є обов'язковим у використанні, то неможливим є і побудова повної відповідної інформаційно-аналітичної бази у сфері оподаткування. Дана база може бути створена частково на основі даних Кабінету платника податків, а частко на даних податкового органу, які отримані від платника податків у електронному та в паперовому виглядах. Але перш ніж встановлювати електронну звітність обов'язковою, потрібно вирішити питання доступу до даних електронних ресурсів та мережі Інтернет усіх, без виключення, платників податків.

Охоплення мережею Інтернет, поширення використання електронного цифрового підпису, а відтак і електронного документообігу та поширення використання електронного сервісу «Електронний кабінет платника податків» дає можливість говорити про ймовірність 100 % охоплення використання платниками податків електронних сервісів, а відтак і подальша робота з електронними даними (побудова правильно налаштованої інтегрованої інформаційно-аналітичної системи). Оскільки послугами Електронного кабінету платника податків (ЕКПП) скористалося понад 9,3 млн. осіб (16 % від загальної кількості платників податків), і лише 1 % ідентифіковані з використанням електронного цифрового підпису (ЕЦП) [16], то варто нарощувати та заохочувати використання електронних сервісів для подання податкової звітності, паралельно удосконалюючи дану е-платформу з метою досягнення її стійкості до значного збільшення користувачів.

Для вирішення проблеми значних затрат на здійснення контролю та великої вірогідності неповного (часткового) відображення облікової інформації зацікавлених у зміненні податкових показників платників податків, варто звернути особливу увагу на технологічні можливості уникнення «людського фактору» (помилок, неправильного тлумачення, визначення повноти інформації, що опрацьовується) в процесі контрольних дій. Одним із таких засобів є відмова від паперового документообігу та перехід на повністю електронний документообіг без можливості зміни даних «заднім числом», або приховування частини інформації.

Дані питання можливо вирішити за допомогою використання технологій Blockchain. За умови ведення бухгалтерського та податкового обліків шляхом запису в програмному забезпеченні, побудованому на базі технології Blockchain, здійснення камеральних, документальних, невиїзних перевірок та звірок буде потрібне в значно менших масштабах, а то й взагалі не потрібне, адже така технологія дозволить унеможливити ситуації, коли здійснюються маніпуляції чи виправлення уже введеної інформації; уникнути ймовірності неповної інформації, показаної в обліку за умови односторонньої такої дії (за відсутності змови про невнесення відповідних даних). Так, Blockchain являється революційним явищем, системою зберігання даних, яка працює на основі надзвичайно складних математичних алгоритмів, що об'єднуються в так звані блоки, які в подальшому зв'язуються хронологічно та криптографічно у логічний ланцюг, який має відповідний унікальний геш (цифровий пароль) попереднього блоку. Якщо дані пройшли логічну та арифметичну перевірку, то трансакція чи передача відповідних конфіденційних, персональних чи інших даних є дозволеною. При цьому перевірка здійснюється без участі людини, що є позитивним, адже помилки через «людський фактор» є неможливими. Коли цифровий підпис уже нанесений, то зміна будь-яких даних в блоці не може бути здійснена. Дана функція дозволяє уникнути підробки даних «попередньою датою».

Зберігання даних є децентралізованою, тобто дані збережені на комп'ютерах всіх користувачів (з дотриманням всіх необхідних заходів щодо доступу до інформації), а відтак хакерські зломи та викрадення інформаційних даних уникаються, адже для цього потрібен доступ до усіх апаратних засобів, які слугують збереженню даних (комп'ютерів). Таким чином, система являється захищеною, що є перевагою для будь-якого учасника економічних відносин, зокрема податкових. Окрім того, децентралізація зберігання даних та автоматична перевірка «ланцюга» специфічної інформації зменшує затрати на контроль відповідних операцій та архівування первинних документів та похідних від них.

Висновки. Загалом, викладені вище заходи щодо уникнення асиметрії податкової інформації, використання інноваційних технологій у цілях податкового рахівництва, досягнення максимально ефективного рівня зручності подання податкової звітності та мінімізації необхідності зовнішніх перевірок (наприклад, контролюючими податковими органами) дають змогу зменшити витрати держави на провадження контролюючих заходів, збільшити ефективність податкової політики суб'єктів господарювання, побудувати взаємовідносини у сфері «бізнес-бізнес, бізнес-держава» на засадах партнерства.

Використання інноваційних технологій, зокрема Blockchain, в податковому та бухгалтерському обліках є надзвичайно революційним явищем, що дозволить розвиватися податковій сфері у напрямку автоматизації роботи і платників податків і контролюючих органів. Запропоновані заходи дозволять частково чи майже в повній мірі вирішити питання

оперативності податкового обліку та повноти податкового рахівництва з метою запобігання ухилення від оподаткування та нелегальних способів мінімізації податкових платежів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Akerlof G. A. The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // Quarterly Journal of Economics. – 1970. – Vol. 84, No 3. – P. 488-500.
2. Amol Agrawal. Understanding financial crisis using information asymmetry framework: [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://mostlyeconomics.files.wordpress.com /2007/09/sub-prime-crisis-in-informationasymmetry-framework.pdf.
3. Barkley J. Rosser, James Jr Madison. A Nobel Prize for Asymmetric Information: The Economic Contributions of George Akerlof, Michael Spence, and Joseph Stiglitz: [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://cob.jmu.edu/rosserjb/Nobel %20Prize. %20Akerlof-Spence-Stiglitz.doc.
4. Leary, Mark T. and Roberts, Michael R., The Pecking Order, Debt Capacity, and Information Asymmetry (December 18, 2008): [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://ssrn.com/abstract=555805.
5. Li Chen, Vincent H. Poor. Information Asymmetry, Corporate Debt Financing and Optimal Investment Decisions: A Reduced Form Approach: [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://ideas.repec.org/cgi-bin/get_doc.pl?urn=RePEc %3Awpa %3Awuwpfi %3A0312008&url=http %3A %2F %2F129.3.20.41 %2Feps %2Ffin %2Fpapers %2F0312 %2F0312008.pdf
6. Manasse, Paolo and Bottazzi, Laura, Asymmetric Information and Monetary Policy in Common Currency Areas (July 2002). IGIER Working Paper No. 217: [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://ssrn.com/abstract=318905.
7. Russell N. James III. An Economic Model of Asymmetric Information, Dissatisfaction, and Resident Turnover in Rented Multifamily Housing. – 2008. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://ssrn.com/abstract=1294305.
8. Stiglitz J. E. Information and the Change in the Paradigm in Economics. – American Economic Review, 2002, vol. 92, № 3, p. 460.
9. William H. Brent. The information asymmetry and valuation effects on health care technology: [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.inderscience.com/browse/index.php?journalID=27&year=1998&vol=15&issue=3/4/5.
10. Zhou, Haiyan, The Impact of Increased Accounting Disclosure on Information Asymmetry: A Case of Implementing New Auditing Standards in Emerging Markets (November 15, 2004): [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://ssrn.com/abstract=653063.
11. Zhu Kevin and Weyant John. Strategic Decisions of New Technology Adoption under Asymmetric Information: A Game Theoretic Model. Decision Sciences, Vol. 34, No. 4, pp. 643-675, 2003: [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://ssrn.com/abstract=526522.
12. Балдич Н. І. Проблеми асиметричності інформації в податковому регулюванні та шляхи їх вирішення. — Режим доступу до ресурсу: http://academy.gov.ua/ej/ej10/doc_pdf/baldych.pdf
13. Лазаришина И. Д., Рудницкий Т. В. Теоретические аспекты полезности учетно-аналитической информации // Учетно-аналитические инструменты развития инновационной экономики: Мат. междунар. научн-практ. конф.: в 2 т. – Астрахань, 2009. – Т.1. – С. 85.
14. Лега О. В. Податкова звітність: складання та подання // О. В. Лега. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://www.khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_138/31.pdf
15. Офіційний сайт Державної служби статистики України: http://www.ukrstat.gov.ua/
16. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України: http://sfs.gov.ua/
17. Пластун О. Л. Міжнародні інвестиційні рейтинги як засіб усунення інформаційної асиметрії на макроекономічному рівні / О. Л. Пластун, О. В. Дудкін // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - № 3. - С. 191-198.
18. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р. № 2755-VI. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу до ресурсу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17
19. Степура М. М. Фактори невизначеності в податках [Текст] / М. М. Степура // Економіка та держава. - 2009. - № 10. - С. 37-38.

RENEWABLE ENERGY AS AN ALTERNATIVE OF THE DECENTRALIZATION ENERGY SUPPLY IN UKRAINE

[1]*Doctor in Economics, Professor* ***Skrypnyk Andrey***,
[1]*1st year of Master's Degree student* ***Namiasenko Yuriy,***
[2]*1st year of Master's Degree student* ***Sabishchenko Oleksandr***

[1]*Ukraine, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*
[2]*Poland, Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej*

ARTICLE INFO
Received 13 January 2018
Accepted 29 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS
wind generation,
feed-in tariff,
network tariff,
payback period,
investment volume,
renewable energy

© 2018 The Authors.

ABSTRACT
The scientific article considers the state of the energy sector of the Ukrainian economy and determines a high level of depreciation of equipment, as a result of which conclusions were drawn on the need for the speedy introduction of renewable energy, the main investor of this project is the business sector and the population of the country. An example we selected wind energy installation, for which the payback model equipment for the term of its operation. A key lever for the introduction of renewable energy is the ratio of feed-in and network tariffs, which should ensure the effectiveness of investment. In this model, the investor's income is calculated on the basis of the network tariff for own consumption and the feed-in tariff for the energy supply of the balances from consumption to the grid. It's proved that the development of renewable energy is important for the Ukrainian economy and business, both from the point of view of energy security, and the commissioning of new generating capacities, ensuring environmental compatibility, which, in particular, includes wind energy.

Introduction. In any country in the world, the development of the energy sector is a factor that largely determines the vector of economic development. Nowadays, significant changes are taking place in the world energy industry, conditioned by a change in public opinion regarding the basic life priorities of the overwhelming majority of the society. This is primarily an increase in the level of public requirements for the state of the environment. As a result, there is a significant restructuring of the world energy industry in favor of generations that do not worsen the state of the environment.

The main lever for the development of renewable energy in Ukraine is the introduction in 2008 of the feed-in tariff [2] where the balance from generated energy is supplied to the power grid. Since the introduction, the feed-in tariff for all types of generation (wind, solar and bioenergy) has been significantly reduced, but it is several times higher than the electricity grid tariff and will not change until 2035.

The introduction of the feed-in tariff, aims to support the process of investing the population in renewable energy. In the Energy Strategy of Ukraine [1], the main focus is on bioenergy, the main sources of which the country's forestry, by-products of agricultural production and household waste. However, the strategy did not take into account that the use of forest products in such huge volumes associated with huge investments in infrastructure and qualified personnel. In addition, a feature of bioenergy is that bioenergetic generators become cost-effective starting from a capacity of 1 megawatt.

Unlike bioenergy, solar and wind power are provided by a regular energy source of natural energy [9], and the capacity of windmills and solar cells starts from a unit of kilowatts and is therefore available for ordinary Ukrainian households. Therefore, a massive investment in solar and wind energy, can lead to a significant improvement in the state of the environment and reduce the risks and losses that accompany the use of traditional energy sources for Ukraine.

Materials. Poul-Erik Morthorst and Shimon Awerbuch in their report of the economics of wind energy [7] provide a systematic framework for the economic dimension of wind energy and of the energy policy debate during comparing different power generation technologies. They also prove the most important economic benefits of wind power such as reduction of exposure of our economies. Authors of the report demonstrate that global energy market can't solve its own problems itself because the market doesn't properly value the external effects of power generation. In the last chapter of the report the value of wind compared to gas generation is given so it demonstrates how wind energy can replace gas energy over a quite long period of time.

The Levelized cost of energy report [9] made by U. S. department of energy brought a lot of useful calculation, such as: upfront capital costs for renewable or simplified levelized cost of energy (LCOE) for different existing energy technology at this time. At the same time the simple LCOE concept is given which includes the calculation of initial costs, annual expenses and annual energy production. This report proves that initial capital cost and capacity factor are two critical drivers but discount rate (or so-called financing costs) and annual operating expenses can't be considered trivial factors during determining the wind LCOE sensitivity.

The aim of the article. The purpose of the article is to substantiate the feasibility of using wind generation at existing tariffs and the level of macroeconomic stability by a significant part of the population of Ukraine.

The results obtained. Considering the existing ratio of tariffs for electricity and feed-in tariffs [2, 6], we consider the investor's optimization tasks in solar and wind energy. If we consider only one from the energy sector, then it is necessary to take into account the time of effective generation. Therefore, for a wind turbine installed on land this time in a year does not exceed 2000 hours (the total number of hours is 365 · 24 = 8760 hours, which means that for 2000 hours it is necessary to generate the amount of electricity that is needed during the year). In this case, it is necessary to take into account the costs of equipment intended for conservation and transformation of energy, in the absence of generation. This equipment includes batteries and inverters.

A similar problem arises when using solar energy, which is not produced in the dark. Consider the index of attractiveness of investments in renewable energy. In order to increase investment attractiveness, a feed-in tariff introduced, in which surplus energy generated and supplied to the energy system (Table 1).

Table 1. Tariffs for electricity consumption and feed-in tariff in eurocents / kWh (cents USD / kWh as of December 20, 2017)

	Population	Industry	Feed-in tariff		
			Solar energy	Wind energy	Biomass energy
EU(28)	21(25)	12(14)	10(12)	16(19)	12(14)
Denmark	30(35)	9(11)			
Germany	29(34)	15(18)			
Bulgaria	7(8)	8(9)			
Ukraine	5(6)	7(8)	17(20)	11(13)	12(14)

Source: [6]

The table shows the diversity of incentive mechanisms for renewable energy used in the EU and Ukraine, if the EU encourages investors to have high tariffs for electricity consumption [6], in Ukraine it is high tariffs for the sale of energy balances in the system in relation to tariffs for consumption. Consequently, there is a difference in the results of use: in the EU, an increase in the share of renewable energy will lead to a reduction in tariffs in developed countries, while in Ukraine it will grow. In fact, this way, the public burden is evenly distributed, in the form of payment for improving the state of the external environment.

Consider the optimization task of autonomous power supply taking into account both the macroeconomic situation and the stimulus in the form of the feed-in tariff. Usually, with the existing ratio of tariffs, the optimal solution is own energy consumption due to the energy system and the total sale of the energies generated in the system. Considered options for the existence of risk-free returns should not exist (free lunch absence). Hence, this option is excluded at the legislative level and, first of all, autonomous generation must satisfy its own needs and only the residuals from generation can be supplied to the grid by the feed-in tariff [2]. In these conditions, the annual energy consumption of a potential investor is a key parameter of the task.

The scheme of autonomous power supply with the possibility of putting energy balances in the power system, besides the generator, includes a battery for saving energy for the absence of generation and an inverter for converting a DC to an alternating current. The cost of all equipment must be included in the costs.

We introduce the following notation:

E_y *(kWh)* – the amount of electricity consumed by a household per year;

$\tau_з$ – feed-in tariff;

τ_c – energy sales rate;

w_c – average power consumption;

$w_з$ – the average power supplied to the grid by the feed-in tariff and the total power generated is – $w = w_c + w_з$;

T_y – number of hours of generation per year;

$I(w) = \gamma \cdot w^{\alpha}$ - volume of investments in generation;

α, γ – parameters determined by econometric way to price indicators existing on the market;

$C(w) = c_1 \cdot w \cdot T_y$ – operating costs that are proportional to the energy generated during the year [15];

c_1 – coefficient of proportionality;

$\mu; r$ – discounting and lending rates to the investor;

$P_a \dfrac{E_y \cdot d_m}{365}$ – the purchase price to the battery, which will provide the household energy for the maximum number of days possible for the type of generation chosen (d_m);

P_a –cost of accumulation 1 kWh;

T – operating life of the generating set;

$I_a(w) = \eta \cdot w^{\psi}$ – amount of investments in the purchase of inverters;

η, ψ – parameters that determine in econometric way by market data.

We introduce the objective function, maximize the discount income on the acquisition of equipment. The service life of equipment for wind generation (T) is 20 years. The lifetime of the accumulation unit is 10 years. We believe that the objective function depends only on the capacity of the generating unit:

$$\max Z(w) = \sum_{t=1}^{T} \frac{\tau_c \cdot E_y + (w \cdot T_y - E_y) \cdot \tau_з - C(w)}{(1+\mu)^t} - I(w) - \left(P_a \frac{E_y \cdot d_m}{365} + I_a \ \ w \right) \cdot \frac{(1+\mu)^{10} + 1}{(1+\mu)^{10}} \qquad (1)$$

In addition, the amount of energy generated must exceed the amount of energy consumed:

$$wT_y \geq E_y \qquad (2)$$

Since the standard operating time of the generators is 20 years, and the batteries only work out 10 [16], the discount function takes into account the discount purchase of generators in 10 years.

To estimate the dependence of the price of the generating unit on its capacity, we use the following analytical expression:

$$I(w) = \gamma \cdot w^{\alpha} \qquad (3)$$

where $I(w)$ – the volume of investments in the acquisition of a generating unit;

w – installed power, kWh;

$\gamma; \cdot \alpha$ – coefficients of the equation, which are estimated econometrically and $(\alpha < 1)$.

Consider a quantitative example of determining the dependence of the price of setting the capacity (Table 2).

For the linearization of the dependence, we find the natural logarithm from both sides of equation (3):

$$\ln I = \ln \gamma + \alpha \ln w$$

On the basis of the obtained data set, we perform a regression analysis in which the logarithm of the cost of the wind turbine will act as an effective attribute (y), and the nominal power of the factor (x):

$$y = \beta_0 + \beta_1 x + \varepsilon$$

where $\beta_0 = \ln \gamma$ and $\beta_1 = \alpha$.

Table 2. The cost of wind turbines, depending on their rated power

Wind turbine model	Rated power, kW (X)	Cost, thous. USD (Y)	Ln(X)	Ln(Y)
C 300	0,3	0,63	-1,21	-0,51
M 300	0,09	0,24	-2,41	-1,41
EW 400	0,4	0,58	-0,91	-0,51
EW 600	0,6	0,75	-0,51	-0,31
EW 1000	1	1,09	-0,01	0,09
EW 2000	2	3,11	0,69	1,09
EW 3000	3	4,21	1,09	1,39
EW 5000	5	10,36	1,59	2,29
EW 10000	10	14,52	2,29	2,69
FD 10	10	17,66	2,29	2,89
FD 20	20	26,73	2,99	3,29
FD 30	30	40,86	3,39	3,69
FD 31	30	43,82	3,39	3,79
FD 50	50	94,23	3,89	4,59

Sources: own calculations, [13]

By a standard least squares approach, we obtain estimates of the coefficients $\beta_0 = 0,73$ and $\beta_1 = 0,96$. Thereby $\gamma = 2,1$ and $\alpha = 0,96 \approx 1$ (there remains the null hypothesis $\alpha = 1$). The dependence of the price of setting the capacity will take the form:

$$I(w) = 2,1w \tag{4}$$

Proportional dependence is shown, which means that the installation of an additional capacity of 1 kW is worth 2.1 thousand USD, which corresponds to the world statistics for wind generation (Table 2).

When constructing an optimization task, it is also necessary to take into account the variable costs associated with servicing the mill. Based on the world experience [9] it is known that the mill maintenance costs are 4 USD for every 1 MWh or 0.004 thousand USD for every 1 kW of produced energy. Dependence of annual maintenance costs in thousands of USD of installed capacity:

$$C(w) = c_1 w T_y \tag{5}$$

where – in case of wind generation.

Thus, from (5), it follows that each additional 1 kW of installed capacity increases the annual operating costs by 8 USD at 2000 hours worked per year, concerns the cost of the innovators, then according to the market data, the following dependence of the cost (thousand USD) on power (kW):

$$I_a(w) = \eta \cdot w^{\prime\prime\prime}; \eta = 0,15; \psi = 0,3 \tag{6}$$

As a result of the analysis of prices and battery capacity, it turned out that the cost of storing a unit of energy is a constant value equal to:

P_a = 0,2 thous. USD / kWh

Since the numerator of the first expression of the objective function (1) does not depend on time, it is taken out beyond the sum sign, and the sum of the discount factors is added as a geometric progression. As a result, we obtain an integrated discount on the interval *T*:

$$k_T(\mu) = \frac{1-(1+\mu)^{-T}}{\mu} \tag{7}$$

where T – number of years of operation; μ – discount rates.

In addition, we will designate the discounted indicator taking into account the cost of the inverter, will be implemented in 10 years:

$$k_{10+}(\mu)=\frac{(1+\mu)^{10}+1}{(1+\mu)^{10}} \tag{8}$$

The total discount factor for the 20-year life of the equipment at a 10 % discount rate is 8.5, with 5 % it is 12.59 (Fig.1).

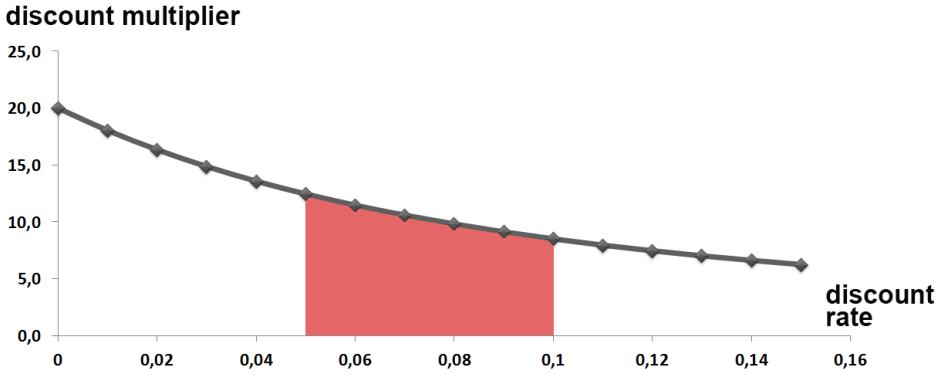


Fig. 1. The integrated discount, depending on the discount rate on the interval of 20 years and the zone of effective use of wind energy (0.05-0.1)
Source: own calculations

This means that the macroeconomic situation in the country significantly affects the performance indicators for local energy supply. If based on the standard definition of the discount rate as the rate of return of a financial instrument with a similar degree of risk, then due to the limited financial instruments on the national market, this can only be the deposit rate on foreign currency deposits, which at the beginning of 2018 belongs to a 2-5 % gap.

From the decision of the problem it follows that the effect of the scale of generation should positively affect the discount profit flow, is given by the objective function (1). A formal confirmation of this fact would be the fulfillment of the condition of growth of the objective function with the growth of production volumes:

$$\frac{dZ}{dw}>0\Rightarrow k_T(\mu)(T_y\tau_z-C'(w))-I'(w)-k_{+10}(\mu)I'_a(w)>0 \tag{9}$$

It follows that if condition:

$$w>\left(\frac{\eta\psi k_{+10}(\mu)}{k_T(\mu)T_y(\tau_з-c_1)-\gamma}\right)^{\frac{1}{1-\psi}} \tag{10}$$

where the economies of scale will operate and the discount income will grow with increasing capacity and generation volumes. Turning to the resolution of the optimization problem (1) and the constraints (2) the search for a solution, the investor should be satisfied by condition:

$$w>\max\left\{\frac{E_y}{T_y};\left(\frac{\eta\psi k_{+10}(\mu)}{k_T(\mu)T_y(\tau_з-c_1)-\gamma}\right)^{\frac{1}{1-\psi}}\right\} \tag{11}$$

If the profit grows by the growth of the generation volumes, then there is such a generation volume when the objective function becomes a positive value. The last expression with a fixed green tariff imposes restrictions on the integrated discount and its rate:

$$k_T(\mu)T_y(\tau_з-c_1)-\gamma>0\Rightarrow k_T(\mu)>\frac{\gamma}{T_y(\tau_з-c_1)} \tag{12}$$

Substituting the quantitative values of the corresponding parameters in (12), we obtain the limiting value of the integrated discount 8.3 that corresponds to the discount rate of 10.04 % [17]. At a larger rate, the scale effect of generation does not work and investment is not advisable. This allows us to conclude that under the current conditions of macroeconomic instability, all settlements are best done in USD dollars or euros. For settlements in hryvnia, condition (12) will not be realized (the discount rate is significantly higher). Considering the definitions of the discount rate, as the profitability of a financial instrument with a similar degree of risk and the risks of investing in wind energy, the working range of the discount can be considered as an interval of 5 to 10 % [17].

We turn the objective function (1) into a more convenient form, which allows us to distinguish separate components of profit and expenses:

$$Z(w) = -E_y \cdot k_{20}(\mu)(\tau_з - \tau_c) - k_{10+} P_a \frac{E_y d_m}{365} + w(k_{20}(\mu) T_y (\tau_з - \tau_c) - \gamma) - k_{10+}(\mu) \cdot \eta \cdot w^{\psi}$$

If we draw analogies with the equation of a straight line with some slight nonlinearity:

$$Z(w) = \beta_0 + \beta_1 \cdot w + \varepsilon(w) \tag{13}$$

where $\beta_0 = -E_y \cdot k_{20}(\mu)(\tau_з - \tau_c) - k_{10+} P_a \frac{E_y d_m}{365}$,

$$\beta_1 = k_{20}(\mu) T_y (\tau_з - \tau_c) - \gamma$$
$$\varepsilon(w) = -k_{10+}(\mu) \cdot \eta \cdot w^{\psi}$$

A free member β_0 is determined by the cost of acquiring batteries, and fictitious losses due to the fact that own consumption is paid for by a mudflow, not a feed-in tariff. Marginal profit β_1 is determined by the difference between feed-in and network tariffs and an integrated discount. The slight nonlinearity of $\varepsilon(w)$ is determined by the costs of acquiring the inverter, which grow nonlinearity (with a power of 0.3) with an increase in generation power.

To obtain quantitative estimates of the objective function (discount income), we need to determine all the quantitative parameters (13) for the case of wind generation:

$$\eta = 0{,}15; \psi = 0{,}3; T_y = 2000; \tau_з = 13 \cdot 10^{-5}; c_1 = 0{,}4 \cdot 10^{-5};$$
$$\gamma = 2{,}1; k_{20}(0{,}1) = 8{,}5; k_{20}(0{,}05) = 12{,}5; \tag{14}$$
$$k_{10+}(0{,}1) = 1{,}39; k_{10+}(0{,}05) = 1{,}61; \tau_c = 6 \cdot 10^{-5}; P_a = 0{,}2; d_m = 5.$$

As a result of the calculations performed at a 5 % discount rate, we obtain the dependence of the profit on the generation capacity for the indicated annual level of own energy consumption (Fig. 2). Due to the fact that all angles of inclination are the same (independent of their own energy consumption), an illusion of collinearity is created.

The first point of each of the graphs represents losses from local energy supply in the case when the power is sufficient only for own needs. It is not difficult to calculate that, for example, with a consumption of 5000 kWh per year, the discount rate at a tariff of 0.06 USD/kWh will be 3.75 thousand USD for 20 years, while losses from own power supply will amount to approximately 25 thousand. USD The same situation with its own energy consumption of 1000 kWh per year, where the payment for electricity for 20 years is 750 USD, while losses as a result of own power supply are about 4 thousand USD.

That why, without using a green tariff, under current conditions it is hardly worth investing in an autonomous power supply. However, as the generation volumes grow according to the conditions (9.10), the profit increases and at the points of intersection of the X-axis the investor starts to make a profit, is formed due to the absence of expenses for paying for electricity and putting the remainders in the energy system according to the green tariff. At the same time, if a person consuming 1000 kWh invests in a power of 30 kW, then as a result of the operation of the equipment within 20 years, it will receive a profit of 25 thousand USD.

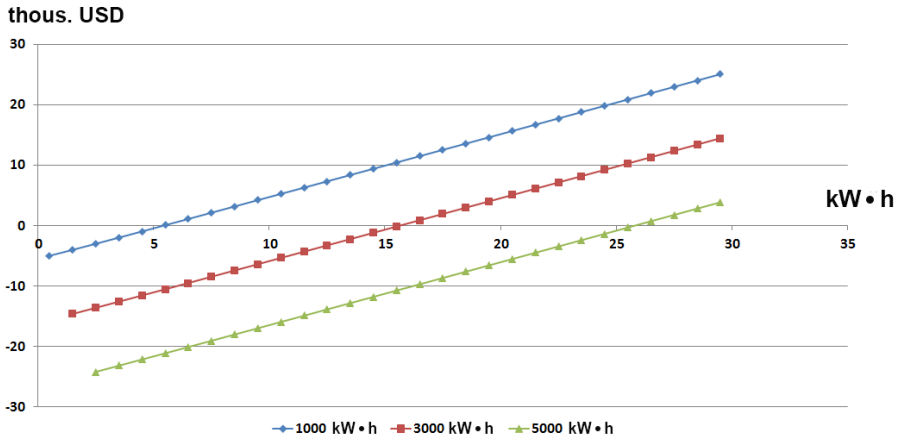


Fig. 2. Revenues from electricity generation over 20 years in case of different levels of own energy consumption (discount rate 5 %)
Source: own calculations

With a maximum generation capacity of 30 kW, the investment volume is from 65 to 75 thousand USD. However, in order to reach the payback level with an annual consumption of 1,000 kWh per year, it is enough to invest 5 thousand USD. When consuming 3 thousand kWh, it is necessary to invest 40 thousand USD, while consuming 5 thousand kWh for 68 thousand USD.

All the above calculations were made at a discount rate of 5 %, but the range of rates at which it makes sense to invest belongs to the 5-10 % gap (Figure 1). Therefore, in order to consider the impact of the discount rate on the payback period of the equipment, we will calculate the objective function with our own annual consumption of 1000 kWh for 5 and 10 % of the discount. The calculations show that for 5 % of the discount enough power of 5.5 kW to the project was profitable, for 10 % of the discount the project does not become profitable when the maximum possible capacity according to the current legislation is 30 kW, that is, the range of discount rates should be reduced to 5-7 %. Of course, it can be approached downward, but with the current macroeconomic situation and the presence of a significant level of corruption, this is hardly possible.

For that reason, it should be concluded that the discount rate has a significant effect on the final result. Since the discount rate depends on the degree of risk of the investment project, the state should first create a condition for reducing the uncertainty of the environment in which the investor operates.

This is primarily a reduction of corruption risks, which is created by local authorities for agreeing on the possibility of energy supply at a green tariff and providing qualified consultations on the specific features of certain types of energy generation. Usually, the level of macroeconomic stability in the country influences the discount rate and although the tariffs are defined in euros, still we receive hryvnia incomes, therefore devaluation processes also affect the risks of investing in renewable energy.

However, already with the Energy Strategy [1] it follows that they will increase, in favor of this is shown by the deplorable state of traditional Ukrainian energy, for example, a significant portion of the nuclear power capacity has already fulfilled its service life and this period has been extended to a maximum of 50 years. No better position for heat and hydropower engineering. Therefore, the increase in tariffs in the future is an inevitable process. The case of the evaluation of the objective function is considered when the tariffs for the population are equal to the European ones; moreover, the investment attractiveness of the project was compared with the usual placement of funds on the deposit.

At first glance, the project guarantees an insignificant annual rate of return: 1.3 % at current tariffs and 1.6 % for European ones, however, if they are compared by the yield generated by the banking system (deposits) at current interest rates (3 % and 4 %) and a discount rate of 5 %, it turns out that the annual return on deposits is negative. Consequently, under current conditions, investing in renewable energy can be considered a financial instrument more effective than saving currency funds on deposits. As for the use of long-term hryvnia investments, there may be a result of devaluation risks (subject to evaluation of the objective function in foreign currency), the discount rate is probably higher than the deposit rate.

The statement of the problem of solar generation is not much different from the presented resolution, it is necessary to make corrections in the number of hours worked, the cost of setting the power, operating costs. Perspective is the direction of diversification of energy supply at the expense

of independent sources, which include solar and wind energy. In this case, most likely, the lack of generation will significantly decrease, the project may be cheaper.

Conclusions. Ukrainian energy is in serious condition as a result of almost complete depreciation of equipment of the main sources of electricity supply: nuclear, thermal and hydropower. The main source of electricity in the near future should be renewable energy.

The creation of national renewable energy with a scale of generation of tens of megatons of oil equivalent is possible only at the expense of the country's main investment resource - the money savings of the population.

The created model of the investment project payback in wind energy determines the existence of a sustainable energy efficiency growth scale, depending on the generation volume. At the same time, the range of the discount rate in which investment can result in a positive effect (return on investment in equipment and operating costs) is obtained.

Taking into account the legislative certain maximum generation capacity of 30 kW, it is determined that the maximum own energy consumption at which the payback of the project at 5 % discount is possible is 5.5 thousand kWh, and at 8 % only 2 thousand kWh. This confirms the tremendous impact of macroeconomic stabilization on the efficiency of introducing renewable energy, and perhaps not the advisability of limiting power at 30 kW.

REFERENCES

1. Cabinet of Ministers of Ukraine "On approval of the Energy Strategy of Ukraine till 2035" dated August 18, 2017. No.605. Available at: https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/250250456 (accessed 19 April 2017)
2. Law of Ukraine "On the Electricity Market" (Vedomosti Verkhovnoy Rady), 2017, Vol. 27-28, p.312). Available at: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2019-19/page (accessed 19 April 2017)
3. Battery lifetime for wind turbines. Available at: http://winder.ua/ru/produktsia-i-uslugi/akkumulyatory.html (accessed 3 January 2018)
4. British Petroleum, statistical review of world energy, 2016. Available at: http://www.bp.com/en/global/corporate/energy-economics/statistical-review-of-world-energy.html (accessed 16 March 2017)
5. E. ON, Annual Report 2016. Available at: https://www.eon.com/en/investor-relations/financial-publications/annual-report.html (accessed 16 March 2017)
6. Energy prices statistics. Available at: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Energy_price_statistics (accessed 19 April 2017)
7. Economics of wind energy report by the European wind energy association. Available at: http://www.ewea.org/fileadmin/files/library/publications/reports/Economics_of_Wind_Energy.pdf (accessed 7 August 2017)
8. Just R. E., Hueth D. L., Schmits A. The Welfare Economics of Public Policy/2004.-UK.-EEPI., 707 p.
9. Levelized Cost of Energy (LCOE) / U.S. Department of energy. Available at: https://energy.gov/sites/prod/files/2015/08/f25/LCOE.pdf (accessed 1 December 2017)
10. Maidment D. R. Handbook of Hidrology //NewYork.-1992.-Grow-FillInc.432 pp.
11. Muller, Richard A. "Chapter 1. Energy, Power, and Explosions". (2001–2002). Physics for Future Presidents, a textbook. ISBN 978-1426624599.
12. Pollutants and greenhouse gases emissions into the atmosphere from mobile sources. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/Arhiv_u/07/Arch_vikid_bl.htm (accessed 19 December 2017)
13. Prices for alternative energy installations, 2016. Available at: https://www.google.com.ua/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0ahUKEwjsnoaj_9DYAhWLXCwKHV2DA1IQFggxMAI&url=http %3A %2F %2Fsolar-expo.com.ua %2Fdownload %2Fprices %2F59173dbb43b24953b97944f9&usg=AOvVaw38as3uBrwrupd0zGC-sa6t (accessed 3 January 2018)
14. Skrypnyk A, The energy sector of Ukraine's economy from the standpoint of public welfare / Kyiv, Monograph, 2017.
15. Skrypnyk A. V, Gerasimchuk N. A. Economic and financial risks, Journal of FGW, 2013, p. 368-371.

КРИТЕРІЙ ДОЦІЛЬНОСТІ РЕГУЛЮВАННЯ ВИРОБНИЧО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

старший викладач ***Лакіза В. В.***

Україна, м. Львів, Інститут економіки і менеджменту Національного університету «Львівська політехніка», кафедра менеджменту і міжнародного підприємництва

ARTICLE INFO

Received 14 January 2018
Accepted 29 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

deviation,
regulation,
eligibility criteria,
investment component,
component of demand

© 2018 The Author.

ABSTRACT

The article deals with the questions of the rationality of the dynamics planning process in operating and marketing activities of enterprises, substantiated the existence of interdependence between a number of processes and phenomena. The mathematical apparatus is being studied, which allows to analyze the production capabilities of enterprises, as well as have been formed the main requirements to the economic-mathematical model of regulation of production-business activities of the entity: the nonlinearity of the nature of dependence; inclusion of the investment factor; taking into account expectations in relation to the perspective change of demand dynamics at the market.

Obtained a functional dependence, which would allow investigating the value of sales in relation to investment and demand for all the retrospective periods during which observations were made. Suggested the indicator, which allows determining whether it is expedient to regulate the production and economic activity of the enterprise.

Вступ. Мінливість умов функціонування суб'єкта господарювання зумовлює перманентне виникнення збоїв у його операційній, фінансовій чи інвестиційній діяльності. Деякі з виникаючих відхилень відбуваються в межах дозволеного, проте виникають ситуації, коли наступає необхідність втручання керуючої системи підприємства шляхом прийняття відповідних обґрунтованих управлінський рішень. Тому значної актуальності набуває визначення критерію доцільності регулювання виробничо-господарської діяльності суб'єкта господарювання.

Результати дослідження. Раціональне планування динаміки виробничих та збутових операцій є основою успішного збереження конкурентних позицій в умовах безперервних змін зовнішнього макро- і мікросередовища. Суб'єкти господарювання мають характеризуватись певним рівнем гнучкості та спеціалізації, що дозволить їм створювати конкурентоспроможну продукцію і послуги та швидко реагувати на зміни у структурі споживчого попиту. Раціональне комбінування двох перелічених складових під час побудови системи прийняття рішень формує основу для формування оптимальної системи управлінських рішень, доведених та обґрунтованих науковими, математичними та експертними факторами.

Емпіричний аналіз дозволяє обґрунтовано довести наявність взаємозалежності між деякими процесами та явищами, визначити їх перспективний перебіг, дослідити рівень ризику та прибутковості окремих операцій та довести раціональність прийняття тих чи інших стратегічних і тактичних рішень у сфері інвестицій, інновацій, операційної та збутової діяльності, фінансів, кадрів тощо.

Наведені припущення дозволяють дійти висновку, що моделі регулювання виробничо-господарської діяльності мають характеризуватись такими особливостями:

- математична і статистична основа;
- нелінійний характер дослідження;
- декомпозиція аналізу структури та динаміки.

Обґрунтування необхідності використання математичних і статистичних обмежень випливає із доцільності комбінування теоретичних та емпіричних спостережень за економічними явищами та процесами.

Для формування ґрунтовних всеохоплюючих висновків, які будуть достатніми для прийняття раціонального та однозначного управлінського рішення як на стратегічному, так і на

тактичному рівнях, необхідним є дослідження не тільки динаміки показників функціонування підприємства, а й структурних параметрів розподілу збуту між ринками або споживачами, видами товарів тощо, або між ринками ресурсів чи між альтернативними постачальниками.

Вибір математичного апарату для пошуку шляхів визначення ефективності діяльності підприємства є науковою темою, яка викликає широке зацікавлення зі сторони науковців і підприємців, зокрема інтерес викликають:

1) виробнича функція Кобба-Дугласа [1]:

$$V = \alpha L^{\beta} K^{\lambda}, \tag{1}$$

де V – обсяг виробництва, грн.; L – кількість працівників, осіб; K – капітал підприємства;

2) функція Леонтьєва[2]:

$$q = \min\left(\frac{a}{x}; \frac{b}{y}\right), \tag{2}$$

де q – виробнича функція або функція корисності, грн.; a, b – кількість витрачених ресурсів, од. вим. в залежності від типу ресурсів; x, y – константи, які визначаються технологією;

3) функція CES [3]:

$$V = F\ \left[aK^{r} + \left(1-a\right)\ L^{r}\right]^{\frac{1}{r}}, \tag{3}$$

де V - продуктивність виробництва, грн.; F - фактор продуктивності (лінійний коефіцієнт приросту обсягів виробництва), част. од.; a - структурний параметр взаємозамінності факторів виробництва, част. од.; K, L - відповідно, фактор капіталу і праці; r - степеневий коефіцієнт, част. од.

Недоліком усіх перелічених вище функцій є те, що вони базуються на виробничих можливостях підприємства, а не на динаміці попиту на продукцію. Це призводить до неврахування несприятливих коливань обсягу реалізації, а також витрат на підвищення інтелектуального потенціалу підприємства, підвищення рівня його конкурентоспроможності, розробку нових продуктів та технологій, коливання на фінансових ринках тощо. Ці чинники можуть носити вирішальне значення при прийнятті регулювальних рішень щодо майбутньої виробничої програми і тому їх неврахування може зумовити погіршення ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства.

Виходячи із вищезазначеного, можна навести такі головні вимоги до економіко-математичної моделі регулювання виробничо-господарської діяльності підприємств:

1) нелінійний характер залежності, який базується на застосуванні степеневої залежності з урахуванням рекурентних значень результуючого параметра;

2) включення фактора інвестицій, оскільки він характеризує перспективи підприємства щодо подальшого економічного розвитку та майбутню його конкурентоспроможність;

3) урахування очікувань щодо перспективної зміни динаміки попиту на ринку.

На основі врахування перелічених вище вимог та узагальнення математичного інструментарію щодо аналізування обсягу виробництва підприємства можна запропонувати таке функціональне рівняння для дослідження виробничо-господарської діяльності підприємств:

$$V_t = a_0 \times \prod_{j=0}^{K} D_{t-j}^{a_{j+1}} \times \prod_{l=0}^{N} I_{t-l}^{b_{l+1}}, \tag{4}$$

де a_0 - нульовий коефіцієнт степеневої моделі; D_{t-j} - значення попиту за період t - j, грн.; a_j - степеневий коефіцієнт для попиту періоду t - j; I_{t-l} - значення обсягу інвестицій для періоду t - l, грн.; b_l - степеневий коефіцієнт для значень інвестицій. j, l - кількість

ретроспективних періодів, за які враховуються значення обсягів попиту та інвестицій як окремі змінні, часових періодів.

Рівняння (4) дає змогу дослідити залежність між цільовим параметром економічної ефективності підприємства та структурою інвестицій у його розвиток. На основі одержаних степеневих коефіцієнтів можливо прийняти рішення щодо того, на які види діяльності підприємства слід виділити більше коштів, а на які менше. Прийняття такого рішення слід вважати способом реалізації функції регулювання.

Функція (4) визначена на проміжку від нуля до нескінченності, що дозволяє отримати значення обсягу реалізації у необмеженому діапазоні значень. Отримання цієї функції буде відбуватись на основі її попереднього логарифмування та використання методу найменших квадратів. Наведемо приклад таких математичних перетворень для випадку, коли враховується попит та інвестиції за період із зсувом 1. Тоді функція (4) набуде такого вигляду:

$$V_t = a_0 D_t^{a_1} D_{t-1}^{a_2} I_t^{b_1} I_{t-1}^{b_2}, \tag{5}$$

Рівність (5) є метою згаданих вище математичних маніпуляцій, проте для визначення його коефіцієнтів необхідним є застосування методу найменших квадратів, який дає змогу одержати тільки лінійні коефіцієнти, а не степеневі, як це показано у рівнянні (5). Тому для приведення функції (5) у форму лінійного рівняння необхідним є її логарифмування:

$$\begin{aligned} &\ln(V_t) = \ln(a_0 D_t^{a_1} D_{t-1}^{a_2} I_t^{b_1} I_{t-1}^{b_2}) = \ln a_0 + \ln D_t^{a_1} + \ln D_{t-1}^{a_2} + \\ &+ \ln I_t^{b_1} + \ln I_{t-1}^{b_2} = \ln a_0 + a_1 \ln D_t + a_2 \ln D_{t-1} + b_1 \ln I_t + b_2 \ln I_{t-1}. \end{aligned} \tag{6}$$

Таким чином, рівняння (6) є лінійним, що дає змогу використати метод найменших квадратів. Матриці вхідних значень будуть мати такий вигляд:

$$Y = \begin{bmatrix} \ln V_2 \\ \ln V_3 \\ \dots \\ \ln V_M \end{bmatrix}; X = \begin{bmatrix} 1 & \ln D_2 & \ln D_1 & \ln I_2 & \ln I_1 \\ 1 & \ln D_3 & \ln D_2 & \ln I_3 & \ln I_2 \\ \dots & \dots & \dots & \dots & \dots \\ 1 & \ln D_M & \ln D_{M-1} & \ln I_M & \ln I_{M-1} \end{bmatrix}. \tag{7}$$

Ряд коефіцієнтів буде розраховуватись наступним чином:

$$A = \left[X^T X \right]^{-1} \left[X^T Y \right], \tag{8}$$

де A - вертикальний вектор значень коефіцієнтів моделі (5); X^T - транспонована матриця значень незалежних змінних; $\left[X^T X \right]^{-1}$ - обернена матриця добутку транспонованої і нетранспонованої матриці незалежних змінних; Y - матриця залежної змінної (у даному випадку - обсяг реалізації).

У результаті розрахунків за формулою (8) буде одержано такий вектор розв'язків (якщо йде мова про випадок, описаний рівнянням (5)):

$$A = \begin{bmatrix} \ln a_0 \\ a_1 \\ a_2 \\ b_1 \\ b_2 \end{bmatrix}. \tag{9}$$

Значення коефіцієнтів незалежних змінних переносяться у степеневе рівняння без жодних перетворень. Значення нульового коефіцієнта переноситься після розв'язання логарифмічного рівняння:

$$\ln a_0 = x, \tag{10}$$

де x - перше значення вектора (9).
Розв'язок рівняння (10):

$$a_0 = \exp[x], \tag{11}$$

де exp - різновид показникової функції, у якій основою є число Ейлера.
Тоді остаточне степеневе рівняння можна записати наступним чином:

$$V_t = \exp[x] D_t^{a_1} D_{t-1}^{a_2} I_t^{b_1} I_{t-1}^{b_2}, \tag{12}$$

Оскільки перетворення зазнають не всі коефіцієнти, то можна запропонувати послідовності перетворення степеневої залежності у лінійну форму і навпаки:

1. Логарифмування степеневої залежності. Узагальнений варіант такого математичного перетворення можна записати наступним чином:

$$\begin{aligned} \ln V_t &= \ln\left[a_0 \times \prod_{j=0}^{K} D_{t-j}^{a_{j+1}} \times \prod_{l=0}^{N} I_{t-l}^{b_{l+1}} \right] = \ln a_0 + \ln\left[\prod_{j=0}^{K} D_{t-j}^{a_{j+1}} \right] + \ln\left[\prod_{l=0}^{N} I_{t-l}^{b_{l+1}} \right] = \\ &= \ln a_0 + \sum_{j=0}^{K} \ln D_{t-j}^{a_{j+1}} + \sum_{l=0}^{N} \ln I_{t-l}^{b_{l+1}} = \ln a_0 + \sum_{j=0}^{K} a_{j+1} \ln D_{t-j} + \sum_{l=0}^{N} b_{l+1} \ln I_{t-l} . \end{aligned} \tag{13}$$

2. Розрахунок коефіцієнтів на основі методу найменших квадратів.
3. Розв'язання логарифмічного рівняння (10) для першого значення отриманого на попередньому етапі вектора коефіцієнтів.
4. Запис степеневого рівняння форми (5).

Таким чином, на основі використання цих перетворень можливим є отримати функціональну залежність, яка на основі степеневої залежності даватиме змогу дослідити значення обсягу реалізації відносно інвестицій та попиту за всі ретроспективні періоди, протягом яких проводилось спостереження, за їх значеннями. Слід зазначити, що використання великої кількості змінних у моделі (5) є недоцільним, оскільки це зменшує рівень статистичної значущості моделі. Тому після отримання лінійного рівняння слід відкинути фактори з невисоким значенням вагомості. Для цього можна використати критерій Стьюдента.

На основі одержаного рівняння залежності цільового параметра економічної ефективності підприємства відносно динаміки попиту та структури інвестицій можливим є прийняти регулювальне рішення щодо визначення оптимального розподілу ресурсів серед видів діяльності підприємства (як уже зазначалось вище, під видами діяльності розуміється операційна, фінансова та інвестиційна діяльність).

Чим більший обсяг даних, тим точнішою буде модель, оскільки це збільшує її статистичну значущість. Логічним є те, що чим більшим є обраний ретроспективний період, тим більше даних охоплює отримане рівняння, і тим ближчим воно є до фактичних тенденцій при аналізуванні досліджуваних тенденцій. Тому при одержанні нових даних доцільним є перерахувати (обчислити) модель з метою врахування нової управлінської інформації та покращення точності степеневих коефіцієнтів.

Застосування зсуву в часі слід проводити на основі критерія Стьюдента, значення якого характеризуватимуть значущість змінних моделі і, тим самим, відображатимуть, який зсув у часі слід застосовувати: на один період, на два чи більше. За цим принципом можна обґрунтувати доцільність нерівномірного зважування різних складових рівняння, вагомість факторів якого також має визначатись на основі науково обґрунтованих математичних засобів. Застосування цієї моделі під час прийняття регулювальних рішень дає змогу показати, наскільки суттєво результати виробничо-господарської діяльності підприємства залежать від інвестицій та коливань попиту за попередні періоди. Якщо складова інвестицій має нижчу вагомість, то це дає підстави зробити такі висновки:

1) підприємство інвестує неефективно або вибір напрямків інвестицій є нераціональним;

2) галузь є такою, що успішність підприємництва у ній більше залежить від зовнішніх чинників, ніж від внутрішніх (прикладом цього можуть бути висококонцентровані галузі, або ті, що знаходяться на етапі занепаду);

3) галузь, в якій функціонує підприємство, може відчувати високий рівень структурної конкуренції у порівнянні з іншими галузями (прикладом структурної конкуренції є конкуренція між бензиновими та електричними автомобілями).

Окрім зазначених трьох висновків, можна зробити певні припущення, але всі вони говоритимуть про нераціональний вибір стратегічної орієнтації підприємства та доцільність суттєвих змін у стратегії розвитку виробничо-господарської діяльності суб'єкта господарювання. За умови, коли вагомість інвестиції значно переважає вагомість коливань попиту, то є підстави стверджувати про високий рівень незалежності підприємства від деструктивного впливу зовнішніх чинників, його високу конкурентоспроможність та здатність впливати на ринок більш суттєво, ніж інші. До таких підприємств належать недавно створені новачки, які швидко зростають, та підприємства, які вже тривалий час на ринку і є одними з лідерів у своєму сегменті за рахунок безперервного покращення якості своєї роботи, скорочення тривалості реагування на запити споживачів, удосконалення якісних особливостей своєї продукції тощо.

На основі вище наведеного запропонуємо показник, який дозволяє визначити, чи доцільним є регулювання виробничо-господарської діяльності підприємства. На основі цього індикатора, можна однозначно оцінити доцільність втручання у стратегію і тактику розвитку виробничо-господарської діяльності підприємства. Формула для його розрахунку може бути записана таким чином:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^{N} a_i}{\sum_{j=1}^{M} b_j}, \qquad (14)$$

де $\sum_{i=1}^{N} a_i$ - сума коефіцієнтів для інвестиційної складової; $\sum_{j=1}^{M} b_j$ - сума коефіцієнтів для складової попиту.

Кількість змінних для попиту та інвестицій може бути різною, оскільки після відкидання несуттєвих змінних, що обрані за критерієм Стьюдента, їх кількість буде змінюватись. Логічним є те, що якщо значення показника (14) є меншим за одиницю, то складова інвестицій впливає на результати виробничо-господарської діяльності підприємства не так суттєво, як зміни попиту, що свідчить про низький рівень автономії підприємства відносно зовнішніх чинників. Це дає підстави вважати, що інвестиції є недостатніми, неефективними та нераціональними, а отже, у довгостроковій перспективі таке підприємство є неконкурентоспроможним. Такі висновки зумовлюють необхідність регулювання виробничо-господарської діяльності підприємства.

Вибір степеневої залежності не є обов'язковим, оскільки, окрім цього, можна використовувати показникову функцію, експоненціальну, логарифмічну тощо. Проте усі ці функції мають суттєві обмеження у відображенні динаміки економічних показників, оскільки деякі з них визначені не для всіх додатних чисел, інші прямують до певного значення. За умови правильних математичних перетворень їх можна привести до зручної форми, проте це недоцільно, оскільки степенева функція дозволяє вирішити поставлене наукове завдання. Таким чином, на основі вище приведеного, можна запропонувати послідовність побудови економіко-математичної моделі регулювання виробничо-господарської діяльності підприємства (рис. 1).

Рис. 1. Послідовність побудови економіко-математичної моделі регулювання виробничо-господарської діяльності підприємств

Примітка: побудовано автором; потенціювання рівняння - це математична операція, за змістом обернена до логарифмування, має на меті позбавити вираз логарифмів

На основі рис. 1 підсумовуємо, що послідовність побудови економіко-математичної моделі реалізується через декілька етапів збору та аналізу даних щодо результатів виробничо-господарської діяльності підприємства, обсягів інвестицій та динаміки ринкового попиту протягом ретроспективних періодів.

Висновки. На основі побудованого степеневого рівняння доходимо таких висновків:

1. Степеневі коефіцієнти відображають характер впливу інвестиційної складової та попиту за попередні періоди. На основі їх порівняння можна узагальнювати дані про рівень незалежності підприємства відносно зміни впливу зовнішніх чинників. Якщо інвестиційна складова домінує, то підприємство є організацією із високим рівнем незалежності та таким, що є конкурентоспроможним у довгостроковій перспективі. Інший тип інформації, який можна отримати на основі аналізу коефіцієнтів, є те, чи вони більші за одиницю. Якщо ці коефіцієнти менші за одиницю, то це свідчить про уповільнену зміну обсягів виробництва, у порівнянні із зміною попиту чи величини інвестицій. Так чи інакше, це підтверджує низький рівень гнучкості підприємства.

2. Прогноз обсягу реалізації у майбутньому (якщо відкинути останні значення незалежних змінних і побудувати рівняння із зсувом у часі на один період вперед, то при врахуванні поточних значень можна отримати майбутні значення щодо обсягу реалізації продукції підприємства. Дана складова є особливо актуальною в умовах, коли для одержаного рівняння спостерігається високий рівень кореляції).

Аналіз коефіцієнта детермінації дає змогу дослідити, якою є вага неврахованих чинників. Якщо коефіцієнт детермінації є невисоким, то це свідчить про низький вплив складової інвестицій та попиту на обсяг реалізації. Така тенденція доводить, що успіх підприємства є випадковим і не залежить від інвестицій та динаміки попиту на його продукцію. Це також може свідчити про низький рівень гнучкості та нераціональність інвестицій, які здійснює суб'єкт господарювання.

Реалізація послідовності, відображеної на рис. 1, не є завершальним етапом побудови економіко-математичної моделі регулювання виробничо - господарської діяльності підприємств. Наступним етапом є аналіз одержаного рівняння, зокрема розрахунок показника (14). На основі цього можна дійти висновку про доцільність та напрямки регулювання виробничо-господарської діяльності. Проте досі невирішеною залишається проблема процедури реалізації управлінських регулювальних рішень щодо регулювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Renshaw Geoff. Maths for Economics. — New York: Oxford University Press, 2005. — P. 516–526.
2. Allen R. G. D. «Macro-economic Theory: A Mathematical Treatment» — London: Macmillan, 1968. — P. 35.
3. Solow, R. M (1956). «A contribution to the theory of economic growth». The Quarterly Journal of Economics. 70: 65–94.

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УЗБЕКИСТАНА

Мирсаидова Шахноза Ареслонбековна

Узбекистан, Ташкент, «Институт прогнозирования и макроэкономических исследований» при кабинете министров республики Узбекистан, старший научный сотрудник-соискатель

ARTICLE INFO

Received 16 January 2018
Accepted 31 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

Steady development of industry, organizationally is an economic mechanism, raw material sector, human factor

ABSTRACT

All world practice, experience of the developed countries, confirm convincingly, about a major role and place of industry in the structure of economy. With steady development of industry of связанны : macroeconomic and social stability, economic, power, food, technological and innovative security of country, level and quality of life of population. The modern state of national economy requires providing of the strong balanced growth of all industries of the industrial production sent to more complete satisfaction of necessities of population of country in modern, competitive products. In the article the attained results of Uzbekistan are considered an author and analysed in development of industry, and also problems are certain and ways are offered for further to stimulation and purposeful steady development of industry.

© 2018 The Author.

В Узбекистане динамичное и устойчивое развитие промышленности отнесены к числу приоритетных направлений в реализации политики структурных преобразований и модернизации экономики страны.

Согласно Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 гг. предусмотрены увеличение в структуре экономики доли промышленности, дальнейшая ее модернизация диверсификация путем перевода на качественный новый уровень, опережающее развитие высокотехнологичных производств, с высокой добавленной стоимостью на базе глубокой переработки местных сырьевых ресурсов. Развитие и реформирование промышленности за годы независимости осуществлялось в рамках проводимой политики макроэкономической стабильности, структурных и институциональных преобразований, обеспечения устойчивого экономического роста. На начальном этапе реформ основные усилия были направлены на поддержание развития стратегически важных сырьевых, добывающих и импортозамещающих производств, обеспечению энергетической и продовольственной безопасности страны.

Следует отметить, достаточно слабый уровень национального потребительского рынка в начале преобразований, что даже приходилось завозить такие промышленные товары ежедневного и массового потребления, как соль, гвозди, спички, мясо-молочные продукты, сахар, детское питание.

В результате принятой стратегии в 1991-1995гг. удалось обеспечить энергетическую безопасность и рост экспорта, а также продукции топливно-энергетического комплекса и цветной металлургии, при минимальном спаде промышленного производства (8,4 %) по сравнению с другими странами СНГ.

Начиная с 1995 г. структурные преобразования в промышленности, прежде всего, были направлены на достижение устойчивых темпов развития в целом, в т.ч. приоритетных отраслей через государственные целевые программы и инвестиционные проекты, ориентированные на экспорторасширение и дальнейшее импортозамещение. (Таблица 1)

Благодаря принятым конкретным мерам по обеспечению устойчивого развития промышленности, ее объем за годы независимости (1991 - 2015 гг.) возрос в 4,3 раза, в т.ч. легкой промышленности в 6,7 раза, пищевой промышленности в 9.3 раза, машиностроение почти 20,0 раза, химическая и нефтехимическая в 4,1 раза, топливная в 2,4 раза. Качественные сдвиги в развитии промышленности подтверждаются следующими индикаторами:

– промышленность стала основной отраслью, обеспечивающей устойчивые высокие темпы экономического роста (доля промышленности в ВВП возрос с 11 % до 26 %);

– снижение доли топливно-сырьевых отраслей (за годы независимости с 67,0 % до 40 %) и повышение доли перерабатывающих отраслей с (33,0 % до 60,0 %);

– опережающее развитие отраслей с высокой добавленной стоимостью (доля машиностроения в общем объеме промышленности возросла с 11,6 % в 1991г. до 16,4 % в 2015г., соответственно пищевой промышленности с 14,80 % до 18,0 %);

– обеспечение продовольственной безопасности (за счет организации производства основных продуктов питания и хлебобулочные изделия, мясомолочной продукции, сахара и других);

– широкомасштабная локализация промышленного производства дала возможность освоения более 600 новых видов продукции, прежде всего непродовольственных товаров (кондиционеры, телевизоры, электрические плитки, холодильники, электродвигатели, мебель, спортивный инвентарь, детские игрушки, одежда и обувь) и другие;

– созданы новые отрасли промышленности, такие как автомобилестроение, нефтегазовое машиностроение, нефтегазовая и химическая промышленность, современных строительных материалов, железнодорожное машиностроение, бытовая электроника, фармацевтика и ряд другие;

– построены крупные промышленные объекты международного масштаба, как Бухарский нефтеперерабатывающий завод, Шуртанский и Устюртский газохимические комплексы, заводы по производству легковых и грузовых автомобилей, Кунградский содовый завод, Дехканобадский завод калийных удобрений и другие;

– кардинальные институциональные преобразования привели к существенному росту доли негосударственного сектора в промышленности с 25,0 % в 1991г. до 95,0 в 2015г. доля малого бизнеса в объеме промышленного производства за этот период почти с нуля возрос до 32,0 %;

– социальная ориентированность устойчивого развития выражается не только существенным ростом объема производства потребительских товаров (с 27,0 % в 2005г. до 40,0 % в 2015г), но и обеспечением занятости быстрорастущих трудовых ресурсов, формированием квалифицированных рабочих кадров, инженерно-технического персонала, отвечающих современным требованиям научно-технического прогресса;

– динамичный рост экспортного потенциала промышленности (за 2005-2015гг. экспорт промышленной продукции вырос в 2,2 раза, при среднегодовом приросте более 10,0 %);

– ускоренное развитие промышленных предприятий регионального значения, представляющий в основном малый бизнес, который играет большую роль в региональном использовании местных природно-экономических ресурсов. Доля регионального промышленного производства за 2005-2015гг. возросла с 15,5 % до 34,5 %.

Таблица 1. Динамика и структура промышленного производства в Узбекистане

Основные отрасли промышленности	Структура в %					Рост (снижение) за 1991-2015гг. в %
	1991г.	2000г.	2005г.	2010г.	2015г.	
Топливная	3,7	15,3	16,2	19,8	13,3	243,2
Черная металлургия	0,8	1,2	2,3	2,4	2,3	232,4
Цветная металлургия	9,7	10,2	17,1	10,9	8,3	106,1
Химическая	4,0	5,7	5,2	5,1	5,1	405,8
Машиностроение	11,6	9,8	13,0	16,1	16,4	2061,0
Промышленность строительных материалов	4,3	5,4	3,6	4,9	5,0	229,1
Легкая	39,8	19,1	16,6	13,3	16,7	666,6
Пищевая	14,8	13,3	8,2	12,8	18,2	925,1

Источник: расчеты и оценки автора согласно данным Госкомстата Республики Узбекистана.

Наряду с количественными и качественными положительными сдвигами в обеспечении устойчивого развития промышленности Узбекистана имеется ряд системных проблем, требующих своего решения. К их числу можно отнести:

– наличие структурных диспропорций связанных с относительно недостаточным уровнем вклада промышленности в развитие экономики, исходя из имеющегося природно-экономического потенциала страны (в индустриальных странах доля промышленности в ВВП превышает 40 %);

– несбалансированность роста объема производства в топливной промышленности с наращиванием минерально-сырьевой базы;

– недостаточность организации производства от сырья до готовой продукции с переходом на полный цикл глубокой переработки цветных металлов, химического сырья, хлопка-волокна, овощей, фруктов, винограда и другой сельскохозяйственной продукции;

– угроза технической и технологической безопасности страны (доля машиностроения в общем объеме промышленности составляет 15,4 % при пороговом значении не менее 20,0 %);

– высокий уровень государственного присутствия в активах крупных промышленных предприятиях, акционерных обществах и других структурах, а также сложившаяся доля малого бизнеса (29,5 %) в промышленности не отвечает требованиям сегодняшнего дня;

– недостаточный уровень использования научного и инновационного потенциала, что создает условия технологического отставания (уровень расходов на НИОКР в объеме ВВП составляет 0,3 % при значении этого показателя в индустриальных странах 2,0 %-3,0 %, а доля высокотехнологичной продукции всего составляет 1,6 %, что значительно ниже в развитых странах мира);

– межрегиональная дифференциация по производству промышленной продукции достигает 6,0 раз, а на уровне областей более 100 раз, что отрицательно влияет на социально-экономическое развитие регионов, особенно в сельской местности.

Вторым важным направлением системных проблем, недостаточное эффективное развитие промышленности. Это высокий уровень физического износа основных производственных фондов (в среднем 50,0 %), что оказывает негативное влияние на конкурентоспособность производимой продукции. Снижает уровень конкурентоспособности промышленных предприятий, неэффективное использование материально-сырьевых ресурсов. (материалоемкость)

Так, уровень капиталоемкости, материалоемкости и энергоемкости промышленного производства в 2,0-3,0 раза превышает уровень развивающихся стран.

Среди социальных аспектов устойчивого развития промышленности, следует отметить ее недостаточный вклад в обеспечении занятости за счет развития трудоемких производств, качественное несоответствие спроса на рабочую силу с ее предложением. Структура подготовки кадров в профессиональных колледжах и высших учебных заведениях не соответствует потребностях развивающихся отраслей, прежде всего высокотехнологичных производств.

К числу организационно-экономических механизмов, требующих дальнейшего совершенствования относится: отсутствие единого органа государственного регулирования устойчивого развития промышленности; макроэкономических регуляторов по обеспечению устойчивости национальной валюты, тарифных и бюджетно-налоговых инструментов; необходимость перехода к системе менеджмента в промышленности с учетом международных стандартов.

Следует отметить, что Узбекистан имеет благоприятные условия и предпосылки по обеспечению устойчивого развития промышленности.

Важнейшими факторами и предпосылками устойчивого развития промышленности на перспективу выступает потенциальный спрос на продукцию на внутреннем и мировом рынках. Прежде всего, это отрасли сырьевого сектора: цветная металлургия, нефтегазовый и агропромышленный комплекс, которые отличаются конкурентными преимуществами.

В целях обеспечения сбалансированности производимой продукции с соответствующей сырьевой базой на период 2017-2021 годы разработана Программа по воспроизводству минерально-сырьевых ресурсов. Предусматривается прирост запасов и ресурсов, более 35 видам полезных ископаемых, в т.ч. золото, серебро, уран, медь, свинец, цинк, редкие металлы, железо, марганец, уголь, природный газ, нефть, калий, фосфорные камни, инертные материалы, имеющих конкурентных преимуществ.

В перспективе существенно возрастает роль и значение человеческого фактора в развитии промышленности. Согласно прогноза Министерства экономики Республики Узбекистан к 2030 г. численность населения Узбекистана возрастет на 18,5 % (относительно к 2015г.) и достигнет 37,6 млн. чел., что составит более половины населения Центральной Азии. Прежде всего, человеческий потенциал формирует внутренний спрос, а также становится востребованным для обеспечения устойчиво высокие темпы развития промышленности, через создание новых высокотехнологичных рабочих мест и решения наиболее острой социальной проблемы занятости населения.

Снижение удельных затрат энергетических и материальных ресурсов и соответственно себестоимости продукции выступает важным резервом устойчивого развития промышленного производства. Расчеты показывает, что уменьшение ресурсоемкости на 8,0 % будет способствовать дополнительному приросту продукции на 5-6 % по энергоемкости, на 1,0 % по материалоемкости, на 10 % капиталоемкости.

Потенциал углубления переработки сырья и локализации производства на базе местных ресурсов выступает существенным резервом роста перерабатывающих отраслей промышленности. Согласно расчетам, повышение уровня переработки хлопка-волокна на 1,0 % дает возможность увеличения объемов производства текстильной промышленности на 3,5 %, соответственно, переработка плодов и овощей обеспечит прирост объема продукции пищевой промышленности на 4,1 %.

Так, экспортировать готовую продукцию, полученную из хлопка во много раз выгодно. Из 100кг хлопка-сырца получается 35 кг волокна, а из нее 3000 метров ткани. При средней цене 1 кг хлопка волокна на мировом рынке 1,1-1,.2 долл, пряжа из него оценивается 2-5 долл, а цена

готовой продукции увеличивается в 1,5-3,0 раза. Здесь налицо десятикратное увеличение стоимости продукции и прибыли.

В будущем самые передовые позиции будут принадлежать инновационному потенциалу активизации промышленности. Для Узбекистана оптимальным направлением стратегии использования инновационного потенциала является сочетание заимствования и адаптации зарубежных передовых технологий с формированием собственной национальной системы разработки и внедрения инновационных промышленных продуктов.

Главная цель стратегии развития промышленности Узбекистана – повышение эффективности на внутреннем и внешнем рынках и обеспечение ее устойчивого развития. При этом основными задачами поставленной цели выступают: укрепление энергетической, продовольственной и технологической безопасности страны; обеспечение сбалансированности минерально-сырьевой базы с наращиванием производственных мощностей; эффективное использование имеющихся сравнительных конкурентных преимуществ; повышение конкурентоспособности путем стимулирования ресурсосбережения; развитие экспортоориентированных и высокотехнологичных производств; создание комплекса взаимосвязанных производств от сырья до готовой продукции; опережающее развитие частного сектора и малого бизнеса; дальнейшее совершенствование организационно-экономических механизмов обеспечения устойчивого развития промышленного производства.

Официально правительством страны определены целевые ориентиры развития промышленности до 2030 года. Это повышение доли промышленности (включая строительство) до 40,0 % в ВВП. Для достижения поставленной цели разработана и реализуется Программа структурных преобразований, модернизации и диверсификации производства на 2015-2019 годы. Более долгосрочный характер имеет реализация специальных программ, направленных на развитие химической промышленности, переработки цветных и редких металлов, углеводородного сырья, текстильной, кожевенно обувной, фармацевтической промышленности, переработки плодоовощной продукции и развитие производства строительных материалов. В рамках этих программ намечается реализация 657 крупных инвестиционных проектов общей стоимостью 40,0 млрд. долл, что позволит за 2017-2021 гг. увеличить объем промышленного производства в 1,5 раза.

Как показывают расчеты, в результате выпуска продукции с высокой добавленной стоимостью объемы производства нефтехимической продукции могут быть увеличены с освоением новых ее видов к 2030 году в 3,2 раза, изделий из цветных металлов в 2,2 раза, черных металлов в 2,3 раза, продукции химической промышленности в 3,2 раза. Углубленная переработка хлопка-волокна, фруктов и овощей по современным технологиям позволит увеличить к 2030 году текстильную и легкую промышленность в 5,6 раза, плодоовощную продукции в 5,7 раза. [1]

В целом за 2015-2030 гг. объемы промышленного производства намечены увеличить в 4,5 раза, в основном за счет опережающего развития легкой и пищевой промышленности, машиностроения, промышленности строительных материалов.

Намечаемые структурные сдвиги в производстве промышленной продукции направлены на: дальнейшее развитие высокотехнологичных отраслей; повышение эффективности и конкурентоспособности; расширение готовых товаров пользующихся повышенным спросом на мировом рынке; активное привлечение прямых иностранных инвестиций; совершенствование мобилизации организационно-экономического механизмов устойчивого развития.

Реализация поставленной цели и задач устойчивого развития промышленности во многом связаны с дальнейшей либерализацией экономики, развитием институциональных и структурных реформ, совершенствованием регулирования, в т.ч. корпоративного управления; широким внедрением эффективных форм привлечения инвестиций и мобилизации потенциала предпринимательства; улучшением макроэкономического климата и деловой среды, повышением качества подготовки и переподготовки кадров; стимулированием регионального развития.

В части законодательно-правового обеспечения устойчивого развития промышленности целесообразно постоянный их мониторинг и повышение эффективности функционирования различных организационных форм объединений предприятий (ассоциации, союзы, акционерные общества, холдинговые компании, корпорации и др.) в целях четкого разграничения их функций и задач, разделения ответственности по управлению собственности, степени участия государства в этих процессах.

В организационно-институциональном плане важным представляется формирование единого органа, отвечающего за промышленную политику. Целесообразно создание Министерства промышленности и торговли на базе Министерства внешних экономических связей, инвестиций и торговли и Госкомконкуренции.

Основными задачами данного министерства является проведение единой промышленной и научно-технической политики, разработка необходимых организационно-правовых и нормативных документов, регулирование создания различных организационных форм деятельности, стимулирование экспорт ориентированных высокотехнологичных производств.

В Узбекистане основным организационно-экономическим механизмом развития промышленности и ее отраслей являются государственные целевые программы, рассчитанные на среднесрочный период. Здесь можно выделить Программу мер по обеспечению структурных преобразований, модернизации и диверсификации производства на 2015-2019гг., утвержденный Указом Президента Республики Узбекистан от 4 марта 2015 г.

В программе определены приоритетные направления устойчивого развития промышленности, предусматривающие:

– последовательную модернизацию в электроэнергетике и использования солнечной энергии;

– увеличение производства продукции в нефтегазовой и нефтехимической промышленности на основе глубокой переработки природного газа;

– диверсификация химической промышленности путем внедрения современных технологий производства;

– расширение локализации и импортозамещения по производству продукции машиностроения, в т. ч. электронно-технической продукции;

– существенное расширение производства с применением современных технологий текстильной, кожевенно-обувной, пищевой и фармацевтической промышленности на базе углубленной переработки местного сырья.

Дальнейшее развитие и конкретизацию данная программа получила путем разработки правительством 8 специальных программ, направленных на развитие химической промышленности, переработки цветных и редких металлов, углеводородного сырья, текстильной, кожевенно-обувной, фармацевтической промышленности, переработки плодоовощной продукции и производства строительных материалов.[2]

Разработана также отдельная программа по развитию текстильной промышленности, ориентированной на глубокую переработку местного сырья.

Государственные целевые программы имеют конкретные меры, сроки их реализации, ответственных исполнителей, финансовое обеспечение, организационно-экономические механизмы. Вместе с тем, целевые программы носят в определенной мере разрозненный характер, не увязаны с единой долгосрочной стратегией устойчивого развития промышленности и общей нормативно-методической базой их разработки утвержденный правительством.

Следующим организационно-экономическим механизмом широко используемым в Узбекистане для стимулирования и поддержки устойчивого развития промышленности выступают свободные экономические зоны. В настоящее время функционируют свободные экономические зоны «Навои», «Ангрен» и «Джизак». Согласно Указа Президента Республики Узбекистана от 12 января 2017г. принято решение о создании свободных экономических зон «Ургут» в Самаркандской вилояте, «Гиждуван» в Бухарском вилояте, «Коканд» в Ферганском вилояте и «Хазарасп» в Хорезмском вилояте.

Свободным экономическим зонам представлены следующие льготы и преференции:

– участники зоны освобождаются от уплаты земельного налога на имущество юридических лиц, налога на обустройство и развитие социальной инфраструктуры, единого налогового платежа для микрофирм и малых предприятий;

– участник зоны освобождаются от уплаты таможенных платежей за оборудование, сырье, материалов и комплектующих изделий завозимых для собственных производственных нужд.

Данные льготы представляются на срок от 3 до 10 лет в зависимости от объема инвестиций. При этом законодательством установлен минимальный критерий привлечения иностранной инвестиции не менее 150 тыс. долл., при его доле в уставном капитале предприятия 30,0 %. Исходя из мировой практики представляется целесообразным законодательно данный критерий снизить до 100 тыс. долл, что даст возможность для дальнейшего ускорения привлечения не только прямых иностранных инвестиций, но и развитию совместных предприятий с иностранными инвестициями.

В настоящее время в республике не получили должного развития в целях стимулирования расширения небольших промышленных производств на базе богатого природно-экономического потенциала такие организационные зоны как промышленные зоны и центры в регионах страны. Для создания и эффективного функционирования промышленных зон и центров необходимо создание режима наибольшего благоприятствования для отечественных инвесторов. Это налоговые, таможенные и кредитные льготы, создание за счет государственных средств объектов производственной инфраструктуры (автомобильные дороги, электроснабжение). Важно создание относительно благоприятных условий, включая оплату

труда и социальное обеспечение для привлечения молодых выпускников профессиональных колледжей, высших учебных заведений, прежде всего для работы в индустриальных высокотехнологичных производствах, за счет государственных субсидий.

Представляется целесообразным для сбалансирования спроса и предложения на высококвалифицированные и инженерно-технические кадры разработать специальную дорожную карту системной подготовки и переподготовки молодежи к работе в промышленных предприятиях, особенно в высокотехнологичных, путем внедрения различных стимулирующих механизмов (оплата и условия труда, непрерывное обучение, карьерный рост, стажировка за рубежом, социальное обеспечение и др.).

Обеспечение устойчивого развития промышленности на перспективу требует обратить особое внимание на комплексное развитие территорий, где сконцентрированы основные факторы и условия для размещения промышленных предприятий. В этой связи необходимо опережающие наращивание промышленного потенциала в слаборазвитых регионах и сельской местности, создание специального фонда развития промышленности в отдельных территориях, укрепление потенциала местных бюджетов.

Представляется целесообразным в рамках совершенствования макроэкономических механизмов для дальнейшего стимулирования и целенаправленного устойчивого развития промышленности:

– разработка схемы развития и размещения производительных сил Узбекистана на долгосрочную перспективу;

– разработка долгосрочной стратегии развития и размещения промышленности с учетом обеспечения энергетической, продовольственной и технологической безопасности;

– обеспечение сбалансированности и устойчивости денежно-кредитной, бюджетно-налоговой и внешнеэкономической политики; эффективное использование резервов и потенциала инвестиционно-структурных преобразований;

– создание и развитие государственных и частных институтов занимающихся поддержкой и стимулированием устойчивого развития промышленности.

В целом обеспечение приоритетной задачи по устойчивому развитию промышленности в Узбекистане требует осуществить комплекс мер по созданию благоприятных законодательных, институциональных, макро- экономических условий и предпосылок для иностранных и отечественных предпринимателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. И. Каримов.(2016) Доклад на расширенном заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития страны в 2015г и важнейшим приоритетным направлениям экономической программы на 2016 год. Народное слово. 16 января 2016г.

2. «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан». Указ Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017г.

3. ООН (2016). Цели устойчивого развития 2016г.//https:sustainable development.un.org.

СУЧАСНІ МОДЕЛІ ТРАНСФЕРУ ТЕХНОЛОГІЙ У СИСТЕМІ «УНІВЕРСИТЕТ – ВЛАДА – БІЗНЕС»

к. е. н., доцент ***Мрихіна О. Б.***

Україна, м. Львів, Національний університет «Львівська політехніка»

ARTICLE INFO

Received 17 January 2018
Accepted 31 January 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

model of technology transfer, university, academic entrepreneurship

© 2018 The Author.

ABSTRACT

The development of the concept of open innovations has led to the revision of the approaches to technology transfer by the countries of the world: the key role in this process is assigned to universities. Currently, in Ukraine, there is no unity in the interaction between universities and businesses. This indicates the need to reformat the approaches to the implementation of technology transfer in Ukrainian universities. For this purpose, a conceptual model of technology transfer through the establishment of businesses was justified in this article. Unlike the existing model of technology transfer, the model of changing the roles offered in the article Model of Technology Transfer through the Establishment of Businesses describes technology transfer that corresponds to the model of triple helix of University – Authority – Business interaction based on the modern function of technology and on the relationship between the Technology Push / Market Pull, and involves a systematic approach to technology transfer from universities to the business environment.

Вступ. Розвиток концепції відкритих інновацій обумовив перегляд країнами світу традиційних підходів до провадження трансферу технологій: ключова роль у цьому процесі відведена університетам. Економіка технологічно розвинутих країн характеризується тенденцією до замовлення науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт (НДДКР) в університетах. Академічне підприємництво стає все важливішим джерелом розвитку системи «Університет – Влада – Бізнес».

За даними Державної служби статистики України [4], протягом 2005 – 2016 рр. питома вага організацій, що виконували наукові та науково-технічні роботи у секторі вищої освіти у загальній кількості організацій, зростає: від 11,4 % у 2005 р. до 15,7 % у 2016 р. При цьому, зменшується питома вага організацій, що виконували наукові та науково-технічні роботи у підприємницькому секторі: від 55,4 % у 2005 р. до 37,7 % у 2016 р., у приватному неприбутковому секторі: від 0,1 % у 2006 р. (дані не змінюються до 2012 р.) до 0 % у 2013 р. (у 2016 р. змін не відбулося). Зазначене відображає тенденцію розвитку науково-технологічного потенціалу українських закладів вищої освіти, актуалізує роль трансферу технологій з університетів у бізнес-середовище. Попри це, у 2015 р. у секторі вищої освіти України було виконано близько 18,5 % наукових та науково-технічних робіт [4], що є відносно невисоким значенням цього показника, порівняно із розвинутими країнами світу. Аналізування даної ситуації показало істотну розірваність взаємодії між університетами та бізнесом в Україні, що свідчить про потребу переформатування підходів до провадження трансферу технологій українськими університетами, розроблення нових моделей виведення ними на ринок результатів НДДКР тощо.

Проблематиці трансферу технологій з університетського середовища до бізнес-структур присвячено праці таких зарубіжних і українських вчених, як: Берцковіц Дж. і Фелдмен М. [1], Гіббс А., Гескінс Ґ. та Робертсон І. [9], Д'есте П. та Перкмен М. [5], Іцковіц Г. [8], Караянніс Е. Г. та Кемпбелл Д. Ф. Дж. [2], Е. Менсфілд [11], Саудер М. [14], Довбенко В. І. [6], Козик В.В. [10, 11], Совершенна І. О. [15], Стасюк Ю. М. [16], Чухрай Н. І. та співавтори [3] та ін.

Незважаючи на значний доробок науковців, на цей час трансфер технологій з університетів у бізнес-середовище досліджено фрагментарно. Залишаються відкритими питання теоретико-методологічного характеру, зокрема розроблення концептуальних засад провадження трансферу технологій.

Метою статті є обґрунтування концептуальної моделі трансферу технологій, що, з одного боку, задовольняла би сучасні запити ринку, з іншого – враховувала особливості розвитку українських університетів у системі «Університет – Влада – Бізнес».

Результати дослідження. Е. Менсфілд [12] ще кілька десятиліть тому довів, що одним із головних процесів, які визначають економічну ефективність країни, є трансфер технологій. Зі зміною технологічних устроїв та відповідних їм інноваційних циклів змінюються моделі реалізації трансферу технологій.

На цей час виділяють такі концептуальні моделі трансферу технологій [16]: моделі, розроблені до 90-х рр. XX ст. – *модель відповідності, модель розповсюдження, модель використання знань;* моделі, розроблені після 90-х рр. XX ст. – *модель трансферу конструкцій, модель трансферу потенціалу, модель ситуаційного співробітництва, модель трансферу матеріалу, модель зміни ролей***.** За винятком останньої, ці моделі не були інтегровані в інноваційну екосистему. Модель зміни ролей вказує, що нинішні покупці технологій стають їхніми завтрашніми донорами. За цією моделлю, фокусують увагу на умовах стимулювання розроблення інноваційних технологій. Водночас, модель не повністю описує взаємодію суб'єкта генерування технології із іншими учасниками інноваційної екосистеми.

Переважно, в існуючих моделях відображені тактичні рішення учасників трансферу технологій. Проте, розглядаючи трансфер технологій у рамках сучасних світових концепцій інноваційного поступу, важливого значення набуває його розуміння у системі стратегічного розвитку університету, із урахуванням взаємодії усіх учасників ринку.

В Україні важливим кроком для цього стало прийняття 2016 року Закону «Про вищу освіту» [17], у якому закладено підґрунтя для провадження університетами підприємницької діяльності. Загалом, університети України підтримують візію «підприємницького університету». Відповідно, як стратегічна складова розвитку університетів, трансфер технологій весь час перебуває у центрі зацікавлення вчених і практиків. Однак, увага здебільшого приділяється стандартним інструментам трансферу технологій, які за об'єктивними причинами глобальних змін, стрімко втрачають свою актуальність і доцільність.

На теренах сучасної економічної науки не приділяється достатньої уваги розробленню концептуальних моделей трансферу технологій з університетів у бізнес-середовище. Розв'язання цієї проблеми має бути не локального формату, в розрізі конкретного університету, а глобального – модель трансферу технологій має інтегруватися у сучасну систему «Університет – Влада – Бізнес». Це сприятиме формуванню успішної інноваційної екосистеми, де університет займатиме належне місце, а трансфер технологій стане функцією ефективності цієї екосистеми.

Трансфер технологій з університетів у бізнес-середовище має стати функціональним компонентом, інтегрованим у проактивну стратегію розвитку університету, що дасть змогу не лише реагувати на запити ринку, генеруючи нові матеріали, технології тощо, а й задовольняти їх комплексно і на довгостроковій основі. Такий підхід враховуватиме досвід як з управління інноваційною діяльністю, так і з маркетингу та інших наук. На часі розроблення такої моделі трансферу технологій, яка би сприяла оперативному та ефективному трансферу технологій з університетів у бізнес-середовище з одного боку, з іншого – формувала би культуру академічного підприємництва.

На цей час для трансферу технологій, що походять з університетів, оптимальним варіантом стає створення окремого підприємства (спін-офф, спін-аут тощо). Така форма передбачає подальше володіння університетом правом власності на об'єкт права інтелектуальної власності, у ньому генерованого, а при належному виведенні продукту на ринок – довгостроковість надходжень від реалізації.

Великі підприємства, хоча і мають змогу здійснювати самостійно НДДКР, проте в сучасних реаліях передавання наукових досліджень на аутсорсинг зовнішніми суб'єктами генерування технологій з метою їх трансферу показало вищу результативність. Тенденційно, що такі підприємства відкривають свої офіси на базі університетів, які займаються інноваційною діяльністю (або організовують у себе філії університетських підрозділів), тим самим зменшуючи час між науковим відкриттям та його впровадженням.

Як зазначає Чухрай Н. І. та автори у [3], зазвичай потенційні замовники – промислові підприємства – не зацікавлені підтримувати університетські проекти через високий ризик та тривалий термін окупності. Підприємства готові впроваджувати лише повністю завершені розробки з мінімальними інвестиціями та коротким періодом окупності. Своєю чергою, університети не мають обігових коштів для доведення своїх розробок до готових для впровадження, а в деяких випадках розробники необґрунтовано завищують ціну. В такий спосіб кожен з учасників процесу намагається отримати максимальний економічний ефект від своєї активності на ринку та прагне мінімізувати свої ризики [3, с. 100]. Отже, створення

університетами спільних підприємств є одним із варіантів виходу з такої ситуації, посилення своїх конкурентних позицій.

Концептуальну модель трансферу технологій на засадах створення підприємств доцільно розглянути у контексті еволюції концепцій маркетингу. Цілі маркетингової діяльності взаємопов'язані з цілями трансферу технологій суб'єктів господарювання та сприяють їх досягненню. Маркетинг і трансфер технологій перебувають у діалектичній взаємодії. Тому, вивчаючи моделі трансферу технологій у часовому інтервалі їхньої актуалізації, важливо розуміти, які концепції маркетингу відповідали ринку в той чи інший період провадження трансферу технологій (табл. 1).

Нинішньому VI технологічному устрою відповідає концепція інноваційного маркетингу. Проте, дана парадигма поступово набуває змін, обумовлених добою інформаційних технологій. У рамках концепції інноваційного маркетингу на цей час вже переглянуто не лише підходи до розуміння категорій товару, а й до комплексу маркетингу в цілому. Інформаційні технології призвели до віртуалізації процесів обміну у суспільстві та виникнення мережевої економіки, що, з одного боку розширило масштаби існуючих ринків та навіть створило нові, проте з іншого, зумовлює нові вимоги щодо конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. Якщо донедавна вважалося, що параметри нової технології мають бути головним компонентом стратегії її виведення на ринок, то нині разом із технологією на перші позиції виходить і спосіб її виведення на ринок.

З огляду на це, формується нова маркетингова парадигма, що включає такі базові елементи: довгострокові відносини між покупцем і продавцем; орієнтація на досягнення конкурентної переваги; організація інновацій; розвиток партнерських відносин зі споживачами, постачальниками і продавцями [7]. Дослідження показало, що існуючій концепції інноваційного маркетингу серед моделей трансферу технологій відповідає модель зміни ролей. Природно, із назріванням зміни маркетингової парадигми, актуалізується і потреба зміни моделі трансферу технологій.

З точки зору оновлення маркетингової парадигми, для університетів необхідна така модель трансферу технологій, що базуватиметься на вимозі посилення ринкової орієнтації університетів і підвищенні стратегічного значення комерціалізації технологій. На наш погляд, нею має стати *модель трансферу технологій на засадах створення підприємств*. На відміну від попередньої моделі, запропонована сприятиме виконанню істотно ширшого спектру завдань з трансферу технологій, інтегрує та розвиває сформовані до цього часу підходи до його провадження.

Ідентифікація значення трансферу технологій, як одного з головних рушіїв стратегічного розвитку університетів, припускає перегляд неокласичної теорії підприємства, основними елементами якої виступають ціна, товар, підприємство й угоди.

Нове розуміння функції трансферу технологій базується на системному погляді на стратегію розвитку університету, а також передбачає, що університет є повноцінним учасником ринку технологій, який має свої інструменти і методи конкурентної боротьби.

Висновки. Трансфер технологій доцільно розглядати як університетську філософію, а також як фактор забезпечення інноваційної культури університетів, що зумовлює їх ринкову орієнтацію та створення умов, сприятливих для академічного підприємництва. З таких позицій, важливим є не лише актуальні НДДКР, а й своєчасне та правильне прийняття рішень щодо трансферу їх результатів, що забезпечуватиме застосування моделі трансферу технологій на засадах створення підприємств.

На відміну від існуючої моделі трансферу технологій – «модель зміни ролей», запропонована «модель трансферу технологій на засадах створення підприємств» описує трансфер технологій, що відповідає моделі «потрійної спіралі» взаємодії «Університет – Влада – Бізнес», базується на сучасній функції технологій, на концепції «технологічного проштовхування / ринкового протягування», передбачає системний підхід до трансферу технологій з університетів у бізнес-середовище.

Україна характеризується істотним науково-технологічним потенціалом у сфері вищої освіти. Для його реалізації одним із першорядних завдань є розроблення теоретико-методологічних засад для трансферу технологій з університетів у бізнес-середовище. У рамках цього, запропонована концептуальна модель трансферу технологій на засадах створення підприємств сприятиме ефективності розвитку університетів та регіональному економічному поступу, стимулюватиме конкурентну економіку, що базується на інноваціях.

Таблиця 1. Еволюція моделей трансферу технологій та маркетингових концепцій*

Концептуальні моделі трансферу технологій [16, с. 223]			Покоління маркетингу	Концепції маркетингу [13, с.15]			
Модель		Характеристика		Концепція, роки застосування	Ідея	Основний інструментарій	Головна мета
Моделі, розроблені до 1990-х рр.	Модель відповідності (*appropriability model*)	Модель розроблена у 1945–1950-х рр. Відповідно до цієї моделі, цілеспрямовані спроби передачі технології не потрібні, оскільки якісні технології продають себе самостійно. Після розробки технології стають доступними завдяки різним формам зв'язку (зокрема, технічні доповіді, професійні журнали тощо).	Маркетинг 1.0 (ключовий фактор - продукт)	Виробнича (1860-1920 рр)	Нарощування виробництва товарів	Собівартість, продуктивність	Удосконалення виробництва, ріст продажів, максимізація прибутку
	Модель розповсюдження (*dissemination model*)	Модель розроблена у 1960–1970-х рр. Технології мають бути розповсюджені серед потенційних споживачів експертами. Процеси трансферу можуть бути успішними лише коли експерти передають спеціалізовані знання користувачу.		Товарна (1920-1930 рр.)	Виробництво якісних товарів	Заходи товарної політики	Удосконалення споживчих властивостей товарів
	Модель використання знань (*knowledge utilization model*)	Розроблена наприкінці 1980-х рр. У моделі робиться акцент на важливу роль міжособистісного спілкування між розробниками технологій / дослідниками, користувачами технологій, а також на організаційні бар'єри трансферу технологій.	Маркетинг 2.0 (ключовий фактор – стиль життя)	(інтенсифікація комерційних зусиль), (1930-1950	Розвиток збутової мережі, каналів збуту	Заходи збутової політики	Інтенсифікація збуту за рахунок маркетингових зусиль з просування і продажу товарів
Моделі, розроблені після 1990-х рр.	Модель трансферу конструкцій (*design transfer model*)	Розроблена у першій половині 1990-х рр. Передача конструкцій, таких як креслення і специфікації інструментів, повинна супроводжувати саму технологію для її ефективного трансферу.		Традиційного маркетингу (1960-1980 рр.)	Виробництво товарів, які потрібні споживачу	Комплекс маркетингу (маркетинг-мікс)	Задоволення нестатків потреб цільових ринків
	Модель трансферу потенціалу (*capacity transfer model*)	Розроблена у другій половині 1990-х рр. Передача знань дає одержувачам можливість конструювати і виробляти нові технології самостійно.		Соціально-етичного маркетингу (1980-1995 рр.)	Виробництво товарів, які потрібні споживачу з урахуванням вимог суспільства	Дослідження й врахування у подальшому розвитку соціальних і екологічних наслідків виробничої діяльності фірм	Задоволення нестатків потреб споживачів за умов заощадження всіх ресурсів та зберігання навколишнього середовища
	Модель ситуаційного співробітництва (*contextual collaboration model*)	Розроблена на початку 2000-х рр. Заснована на ідеї, що знання не можуть бути просто передані, вони повинні бути суб'єктивно побудовані їхніми одержувачами.	Маркетинг 3.0 (ключовий фактор - цінності)	Інноваційного маркетингу (друга половина 90-х рр.)	Виробництво нових товарів, послуг, що відповідають вимогам сучасного етапу НТП	Використання новітніх технологій виробництва товарів, впровадження нових інтерактивних методів дослідження споживачів та спілкування з багатьма учасниками інноваційного процесу	Задоволення потреб споживачів у якісно новій продукції, формування «освіченої» (щодо новинок) категорії покупців
	Модель трансферу матеріалу (*material transfer model*)	Розроблена на початку 2000-х рр. Фокусується на простій передачі нових матеріалів, таких, як машини, насіння, інструменти, методи, що пов'язані з використанням матеріалів тощо.					
	Модель зміни ролей (*role shifting model of technology transfer*)	Розроблена 2009 року. Завданням моделі є стимулювання створення інновацій.					
*Модель трансферу технологій на засадах створення підприємств***		Базується на концепції відкритих інновацій та парадигмальних засадах сучасного трансферу технологій з університетів у бізнес-середовище.	Маркетинг 4.0 (перехід від традиційного до цифрового)				

**Джерело: розвинуто автором на основі [13, 16]. **Запропоновано автором.*

ЛІТЕРАТУРА

1. Bercovitz, J. & Feldman, M. (2006). Entrepreneurial Universities and Technology Transfer: A Conceptual Framework for Understanding Knowledge-Based Economic Development. The Journal of Technology Transfer, 31, Issue 1, 175–188.

2. Carayannis, E. G. & Campbell, D. F. J. (2009). "Mode 3" and "Quadruple Helix": toward a 21st century fractal innovation ecosystem. International Journal of Technology Management, 46 **(**3/4), 201–234.

3. Chukhray, N. I., Lozynskyi, A. O. & Kachmar-Kos, N. Ia. (2012). Komertsializatsiia naukovo-doslidnykh robit universytetu: osnovni problemy ta shliakhy vyrishennia [Commercialization of research university activities: problems and ways of their solution]. Building Innovation Culture in the Ukrainian Universities: Practical handbook, 126 p. [in Ukrainian].

4. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publnauka_u.htm

5. D'Este, P. & Perkmann, M. (2011). Why Do Academics Engage with Industry? The Entrepreneurial University and Individual Motivations. Technological Transformations, Vol. 36, 316–339.

6. Dovbenko, V. I. (2013). Rol potentsialu transferu znan i tekhnolohii v innovatsiinomu protsesi [Role of knowledge transfer potential and technologies in the innovation process]. Menedzhment ta pidpryiemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia i problemy rozvytku - Management and entrepreneurship in Ukraine: evolvement stages and development issues, 776, 254-263 [in Ukrainian].

7. Dykyi, O. V. (2009). Konverhentsiia marketynhu ta stratehii pidpryiemstva v umovakh hlobalizatsii biznesu [The convergence of marketing and business strategy in a globalized business]. Aktualni problemy mizhnarodnykh vidnosyn - Actual problems of international relations, 84 (II), 268-273. [in Ukrainian].

8. Etzkowitz, H. (1983). Entrepreneurial Scientists and Entrepreneurial Universities in American Academic Science. Minerva, 21, Issue 2–3, 198–233.

9. Gibbs, A., Haskins, G. & Robertson, I. (2013). Leading the Entrepreneurial University: Meeting the Entrepreneurial Development Needs of Higher Education Institutions. Universities in Change, Innovation, Technology, and Knowledge Management / [A. Altmann and B. Ebersberger (eds.)]. – Springer. – P. 9–45.

10. Kozyk, V. V. & Mrykhina O. B. (2017). Aktualizatsiia roli transferu tekhnolohii u systemi "universytet – vlada – biznes" v Ukraini [Updating the role of technology transfer in the system "University – Government - Business" in Ukraine]. Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dyzainu. – Bulletin of the Kyiv National University of Technologies and Design, 2 (109), 29–35. [in Ukrainian].

11. Kozyk, V., Mrykhina, O. & Mirkunova, T. (2017). Conceptual Model for Economic Evaluation of Innovative Technologies. Economics, Entrepreneurship, Management, Vol. 4, № 2, 45–58.

12. Mansfield, E. (1975). East-West technological transfer issues and problems, international technology transfer: Forms, resource requirements, and policies. American Economic Review, 65(2), 372-376.

13. Ovechkina, O. A., Solokha, D. V., Ivanova, K. V., Morieva, V. V., Beliakova, O. V. & Balakai, O. B. (2013). Planuvannia marketynhu [Marketing Planning]. "Tsentr uchbovoi literatury", 352 p. [in Ukrainian].

14. Sauder, M. (2010). The Modern Research University: Outside and In. Contemporary Sociology: A Journal of Reviews, 39, 540–544.

15. Sovershenna, I. O. (2010). Universytetski tsentry transferu tekhnolohii – vazhlyva lanka innovatsiinoi struktury [University Technology Transfer Centers - an Important Link of Innovation Structure]. Retrieved from http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/ Ekonomika/2010_684/15.pdf [in Ukrainian].

16. Stasiuk, Yu. M. (2012). Modeli mizhnarodnoho transferu tekhnolohii [Models of international technology transfer]. Visnyk DNU. Seriia: Svitove hospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny - Visnyk DNU. Series: World Economy and International Economic Relations, 4, 217-225. [in Ukrainian].

17. Zakon Ukrainy Pro vyshchu osvitu [Law of Ukraine "On Higher Education"]. (n.d.). zakon.rada.gov.ua. Retrieved from http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/1556-18 [in Ukrainian].

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ АНТИКРИЗОВОГО ТА ЗАГАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ БУДІВЕЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

к. е. н., доцент ***Кононова О. Є.***

Україна, м. Дніпро, ДВНЗ «Придніпровська державна академія будівництва та архітектури», доцент кафедри обліку, економіки і управління персоналом підприємства

ARTICLE INFO

Received 18 January 2018
Accepted 01 February 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

strategic management,
management,
crisis,
anti-crisis,
construction company,
anti-crisis management

© 2018 The Author.

ABSTRACT

The tools of strategic management can be used within the framework of crisis management. Modern concepts of crisis management consider the crisis not only as a situation requiring immediate overhaul, which is fully in line with the principles of actual strategic management in its implementation part, but also as a phenomenon focused on breaking the old and developing a new one, that is positive in essence.

The need for anti-crisis management is determined by the goals and objectives of the management and socio-economic systems development of any level and inherent in the danger development of emerging crisis phenomena. Anti-crisis management as a category differs ambiguity, although many domestic and foreign scholars have contributed to its study.

The ambiguity of crisis management is determined by the complex nature of any crisis, which, on the one hand, leads to devastating consequences, and, on the other, forms the conditions for further growth and qualitative improvement, overcoming the processes and phenomena that led to the emergence of the crisis.

Вступ. Інструменти актуального стратегічного управління можуть бути використані в рамках антикризового управління (АКУ). Сучасні уявлення про антикризове управління розглядають кризу не тільки як ситуацію що вимагає негайного подолання, що повністю узгоджується з принципами актуального стратегічного управління в його реалізаційної частини, але і як явище, орієнтоване на ломку старого і розвитку нове, тобто позитивне по суті.

«Стратегічність» АКУ обумовлена об'єктивністю криз [1, с. 247].

Необхідність антикризового управління обумовлена цілями і завданнями управління і розвитку соціально-економічних систем будь-якого рівня і іманентно властивою розвитку небезпеки виникнення кризових явищ. Антикризове управління як категорія відрізняється багатозначністю, хоча в її вивчення внесли свій вклад багато вітчизняних та зарубіжних вчених. Багатозначність антикризового управління детермінується складною природою будь-якої кризи, яка, з одного боку, веде до руйнівних наслідків, а з іншого - формує умови для подальшого зростання і якісного вдосконалення, подолання процесів і явищ, що зумовили появу кризи.

Антикризове управління на будівельному підприємстві має формуватися відповідно до єдиної логіки управління і включати в себе вибір місії підприємства, розробку концепції і мети його діяльності, формування та підтримку стратегічного потенціалу підприємства, формування його здатності до забезпечення конкурентних переваг його продукції, зміцнення законності і утриманню позицій підприємства в конкурентному середовищі.

Антикризове управління не обмежується аналізом фінансового стану підприємства (яким часто АКУ обмежується на практиці).

Воно охоплює всі напрямки його діяльності. Антикризове управління підприємства включає в себе [1]:

– аналіз стану макро- і мікросередовища, вибір місії підприємства відповідає особливостям характеристик середовища;

– визначення причин виникнення кризових ситуацій і ідентифікація механізму, який породив ці причини;

– створення системи спостереження за змінами у зовнішньому і внутрішньому середовищі підприємства, що дозволяє виявити наближення кризи, створення адекватної аналітичної системи;

– впровадження інструментів стратегічного контролінгу в діяльність підприємства і розробка стратегії запобігання його неспроможності;

– впровадження заходів оперативної оцінки та аналізу фінансового стану підприємства і визначення можливості банкрутства;

– розробка політики ринкової поведінки в умовах кризи і «виведення» підприємства з кризової ситуації;

– виявлення характеристик і постійний облік ризиків виробничо-господарської діяльності підприємства і формування механізмів їх зниження і компенсування.

Результати дослідження. Антикризове управління формується відповідно до положень системного підходу і розглядається як комплекс заходів, що охоплюють ланцюжок - від попередньої діагностики кризи до розробки методів щодо її подолання, усунення наслідків кризи. З огляду на ці особливості можна взяти за основу наступне визначення [1]:

«Антикризове управління будівельного підприємства - це така система управління будівельним підприємством, яка має комплексний, системний характер і спрямована на запобігання або усунення несприятливих для бізнесу явищ за допомогою використання всього потенціалу сучасного управління, розробки і реалізації на підприємстві спеціальної програми, що має стратегічний характер, що дозволяє усунути тимчасові труднощі, зберегти і примножити ринкові позиції за будь-яких обставин, спираючись на власні ресурси ».

Говорячи про антикризове управління не можна не відзначити, що його існування обумовлено об'єктивними причинами. Теорія управління соціально-економічних систем будь-якого рівня підкреслює неминучість криз і їх циклічність. Якщо підприємство вступає в фазу кризи, управління або стає антикризовим і воно використовує інструментарій, відповідний завданням подолання кризових явищ. Якщо підприємство ще не вступило в фазу кризи, але усвідомлює його неминучість, воно використовує управлінські прийоми, властиві превентивному антикризового управління. Але в будь-якому випадку в управлінському інструментарії підприємства повинні бути присутніми методи і прийоми АКУ, які можуть бути використані в конкретні моменти часу. Антикризове управління в цьому сенсі є складова загального управління. Недооцінювати цей фактор дуже небезпечно, тому що реакція на кризи, поява тієї чи іншої його стадії повинна бути адекватною і своєчасною.

Антикризове управління передбачає, що:

– кризи можна передбачати, очікувати і викликати;

– до деякої міри їх можна прискорювати, випереджати, відсувати у часі;

– до криз можна і необхідно готуватися;

– прояви кризи можна пом'якшувати і компенсувати;

– управління в умовах кризи потребує особливих підходів, спеціальних знань і умінь, використання накопиченого досвіду;

– кризові процеси в ряді випадків можуть бути керованими, стосовно до них майже завжди можна використовувати методи регулювання;

– управління процесом виходу з кризи здатне прискорити цей процес і мінімізувати їхні наслідки.

Кризи, як відомо, різні за своєю природою і формами прояву. Їх різноманіття і специфічність кожної з них повинні виявлятися в системі і в процесах управління, в методиках формування управлінських рішень і особливо в вживаному механізмі управління. Не всі відомі засоби впливу відповідають умовам передкризової або кризової ситуації, яка має свої особливості. При впливі на кризу необхідно всебічно вивчити, проаналізувати (з використанням кількісних методів) і осмислити (з використанням методів якісного аналізу) її особливості та сформувати унікальну комбінацію заходів взаємодії.

Система АКУ є елементом системи загального управління підприємствами. У той же час вона повинна володіти особливими властивостями, які відповідають завданням її існування і функціонування. До них відносяться:

– гнучкість і адаптивність (найчастіше вони притаманні матричним системам управління), що виражаються в здатності видозмінюватися в певних обставинах;

– застосування методів неформального управління, мотивація до активної діяльності, формування почуття впевненості в позитивних результатах;

– диверсифікація методів управління, комбінування методів;

– залежність інструментів АКУ від стадій життєвого циклу підприємства та життєвого циклу продукції;

– збереження відповідності застосовуваних методів методам загального управління, обраним в якості методичного базису управління підприємством;

– зниження централізму і збільшення самостійності менеджерів в забезпеченні своєчасного ситуаційного реагування на виникаючі проблеми до настання кризи і в її різних фазах;

– посилення інтеграційних процесів, що дозволяють концентрувати зусилля найбільш активних і кваліфікованих фахівців і використовувати потенціал колективних компетенцій.

Антикризове управління має особливості і в частині його технологій [1, с. 259-260]:

– мобільність і динамічність у використанні ресурсів, прискорене проведення змін і організаційних перетворень, прискорена реалізація інноваційних програм;

– використання принципів програмно-цільового підходу в технологіях розробки та реалізації управлінських рішень;

– посилення значущості фактора часу в процесах управління, забезпечення своєчасності ситуаційних дій;

– обов'язкове проведення попередніх оціночних процедур з приводу прийнятих управлінських рішень і вибору альтернатив управлінської поведінки;

– використання особливих критеріїв якості та надійності управлінських рішень, відповідно до принципів антикризового управління.

У механізмі антикризового управління будівельними підприємствами, що включає засоби впливу на об'єкт управління, пріоритети слід віддавати:

– раціональності, орієнтованої на антикризові заходи, економії ресурсів, всебічного аналізу їх можливих наслідків;

– установкам на досягнення соціально-психологічної стабільності в діяльності колективу підприємства;

– орієнтації фахівців з АКУ на досягнення високого професіоналізму і компетентності;

– ініціативності у вирішенні проблем, максимізації можливих варіантів на рішення, пошук найкращих з них, а також пошук нетрадиційних рішень;

– встановлення організаційної культури корпоративного типу;

– встановлення режиму всебічної підтримки інноваційної діяльності.

Ці фактори повинні сформувати особливий стиль управління, який повинен вийти за рамки АКУ і поширитися на всю систему управління будівельним підприємством.

Висновки. Антикризове управління будівельним підприємством дозволяє відновити життєздатність підприємства в ситуації, коли ресурси різко обмежені або навіть повністю відсутні. Таке відновлення вимагає мобілізації позитивних внутрішніх і зовнішніх факторів. Для того щоб визначити відмінності АКУ від управління, здійснюваного в звичайному режимі, рекомендується скористатися таблицею зіставлень, представленої в таблиці 1 [1, с. 313].

Таблиця 1. Порівняльний аналіз антикризового та загального управління будівельними підприємствами

Параметр порівняння	Загальне управління (мирний час)	Антикризове управління (ворог – криза)
1	2	3
Мета	Розвиток, стабілізація, рух. У будь-якому випадку - процес, підтримка функціонування всіх складових систем	Вижити. Результат (кінцевий і проміжний)
Ресурси (люди, інформація, час)	Ресурси є, достатні для управління і існування (розвитку), є вибір ресурсів	Ресурсів немає. Наявні недостатні, низької якості (люди деградують, інформація необ'єктивна, час обмежений). Вибору немає
Інструменти управління	Стандартні, економічні, формально логічні, іноді - алгоритмізовані моделі	Елементи моделей, тонкі сигнали, інструменти, створені креативним способом
Рівень ризику	Від мінімального до оптимального в даних умовах (стабільної ситуації)	Від оптимального в даних умовах (кризи) до максимального
Рівень обережності	Від мінімального до оптимального в даних умовах (стабільної ситуації)	Максимальна, має інструментальний характер

Продовження таблиці 1

1	2	3
Зовнішнє середовище	Помірно агресивна. Впорядкована. Має певні правила і норми. Передбачувана	Агресивна. Хаотична. Немає правил і норм, усталених для кризової ситуації. Непередбачувана. Ворожа
Швидкість бізнесу (змін, прийняття рішень)	Адекватна стану зовнішнього і внутрішнього середовища	Максимальна
Стан внутрішнього середовища	Лабільний (гнучкий), структурований, дружній	Жорсткий, слабо відповідає на дії, агресивний
Орієнтація централізація - децентралізація	Децентралізація, делегування повноважень і відповідальності	Жорстка централізація, акумуляція, єдиноначальність
Орієнтація «завдання - люди»	Люди	Завдання, іноді - за всяку ціну
Рівень системності управлінських рішень (важливість, масштабність наслідків)	Лінійні рішення разом з системними	Тільки системні рішення
Етика	Обов'язкова	Професійна - обов'язкова; інше - за законом військового часу
Рівень складності управлінських рішень	Залежить від завдань	Рішення прості, безвитратні, керовані, контрольовані, реалізовані і найбільш ефективні і комплексні в даній ситуації
Привабливість моделі управління для носія (керівника)	Менш приваблива, тому що не містить гострих відчуттів і досягнень	Привабливіша (до звички)
Термін життя носія	Довгий	Короткий
Віра (совість, духовні цінності)	Повинні бути, при відсутності не відбувається загибель підприємства	Обов'язкові. При відсутності підприємство може загинути
Контроль	Залежить від завдань	Жорсткий, в трьох формах: адміністративний, соціальний, самоконтроль на кожному робочому місці
Планування	Залежить від завдань	В умовах невизначеності і економії
Якість і кількість інформації	Надлишкова, відносно логічна, підлягає оцінці і систематизації, відносно об'єктивна	Недостатня, нелогічна, уривчаста, необ'єктивна, швидко змінюється, складно оцінити і неможливо систематизувати. Управління з тонким сигналам
Модель організаційної поведінки	Залежить від завдань	Авторитарна, з командним духом
Комунікації	Залежать від моделі організаційної поведінки і від завдань	Двосторонні, обов'язкові, зі зворотним зв'язком, тільки факти
Координація підсистем	Залежить від моделі організаційної поведінки і від завдань	Спочатку зруйнована. Необхідно створити жорстку і гнучку одночасно. Мінікоманди в рамках системи
Мотивація	Шкала мотиваторів - від грошей до самореалізації і деяких метамотиваторів	Спочатку метамотиватори, потім - всі інші мотиватори
Стиль управління	Залежить від моделі організаційної поведінки і від завдань	Авторитарний, з командними елементами

ЛІТЕРАТУРА

1. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент / Пер. с англ. – СПб.: Питер, 2000.
2. Mokler R. J. Strategic Management: An Integrative Context-Specific Process. Harrisburg. – London, 1992.
3. Wohinz W., Hasenohrl R. Innovationsmanagement. Graz, 2007.

ФОРМУВАННЯ СЛУЖБИ КОНТРОЛІНГУ РИЗИКІВ В КОМЕРЦІЙНИХ БАНКАХ УКРАЇНИ

к. е. н., доцент ***Островська Н. С.***

Україна, м. Київ, ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана, докторант кафедри корпоративних фінансів і контролінгу

ARTICLE INFO

Received 19 January 2018
Accepted 04 February 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS

risks controlling,
banking,
bank management,
investment policy,
information technology,
risk management

© 2018 The Author.

ABSTRACT

The author gave us some examples of formation of banking risks controlling and their need in Ukrainian commercial banks which, at the present stage of development, are in dare need of innovations both in sphere of management and in sphere of separate products development. The realization of controlling acquires special relevance, whereas the last is not just a management system which has absorbed the functions of accounting, planning, marketing and budget contol but also high-quality new sample of manager thinking addressed in future.

Bank controlling is a functional system of planning, controlling and analyzing rejections, coordination, internal consulting and general information management of the bank. The main aim of controlling is orientation of management process for achievement of the goals of the bank. Nowadays, the market of providing controlling services in Ukraine is undeveloped, so that, it is expedient, creating of controlling companies or expansion of assortment of services of audit companies. In order to reduce the negative consequences of irrational management decisions the most effective are modern trends of services use of controlling company, whose specialists provide to bank the fulfillment of ultimate goals

Вступ. На сьогоднішній день відсутня єдина методологічна база інтегрованої системи управління ризиками. В українських банках використовуються окремі елементи ризик-менеджменту, але для забезпечення безпечної діяльності існуючих методів недостатньо. Для створення ефективної єдиної методологічної бази інтегрованої системи управління ризиками банку необхідно гармонійне поєднання в процесі управління ризиками банківського контролінгу, а також фінансового планування, процентної та валютної політики.

Банківський контролінг – це незамінний компонент банківського ризик-менеджменту, що допомагає мінімізувати ризики. Основне завдання контролінгу банківських ризиків полягає в системно-інтегрованій інформаційній, аналітичній, інструментальній та методичній підтримці ризик-менеджменту на етапах стратегічного планування, ідентифікації, оцінки, управлінського впливу, аудиту та коригування банківських ризиків.

Система контролінгу являє собою якісну складову банківського ризик-менеджменту, яка дозволяє діагностувати ймовірні проблеми в зміні ризикової позиції і коректувати управлінські рішення до того, як дані проблеми переростуть в найгірші варіанти реалізації банківських ризиків.

Результати досліджень. У вітчизняній банківській системі окремі елементи комплексної системи управління діяльністю підприємства та реальної оцінки його прибутковості почали з'являтися кілька років тому у вигляді застосування окремих технологій планування та оцінки діяльності, переважно, скопійовані у зарубіжних компаній. Деякою мірою функції служби контролінгу в українських банках виконували планово-аналітичні відділи, бухгалтерія, відділи маркетингу. Проте сутність концепції контролінгу полягає в комплексному характері застосування його інструментів, а окреме використання окремих елементів навряд чи принесе успіх у цій сфері [10].

Поняття контролінгу розкривається в Новітньому словнику іноземних слів і виразів: «Під контролінгом (англ. controlling) розуміється систематичний управлінський контроль, відстеження ходу виконання поставлених завдань з одночасною корекцією роботи; здійснюється на основі дотримання встановлених стандартів і нормативів, постійного регулювання і моніторингу як найважливіше завдання економічного управління» [7].

Пісчасов Ф. та Попов Е. зазначають: «Під контролінгом в банку розуміємо функціональну систему планування, контролю і аналізу відхилень, координації, внутрішнього

консалтингу та загального інформаційного забезпечення керівництва банку. Основною метою контролінгу є орієнтація управлінського процесу на досягнення цілей банку» [4].

У загальних визначеннях контролінгу вказується, що дане поняття включає також нагляд, виявлення слабких місць в управлінні та їх покращення, вдосконалення механізму управління, процедур прийняття рішень, обґрунтування і досягнення поставлених цільових установок.

Отже, розглянувши сутність банківського контролінгу і узагальнивши різні точки зору, можна сказати, що дане поняття являє собою систему постійного і систематичного нагляду та аналізу банківської діяльності, виявлення слабких місць в ризик-менеджменті та їх корекція, удосконалення системи управління та прийняття обґрунтованих управлінських рішень, що базується на концепції інтегрованого менеджменту.

Отже, сутність контролінгу, як надійного механізму банківського ризик-менеджменту, проявляється в наступних його функціях:

1) розробка організаційних принципів, стратегій, політик, методик, процедур та регламентів щодо відстеження ризиків, яким піддається банківська діяльність;

2) оцінка ефективності проведеної політики управління банківськими ризиками і здійснення її оперативного коригування;

3) попередній аналіз та поточний контроль рівня прийнятих функціональними підрозділами банківських ризиків;

4) можливий вплив зміни зовнішніх умов на структуру і величину ризиків банку;

5) планування заходів з хеджування ризиків;

6) планування структури і рентабельності кредитного портфеля, портфеля цінних паперів, структури пасивів та ін.;

7) розрахунок і затвердження лімітів;

8) аудит та оперативна корекція управління ризиковими позиціями банку, включаючи здійснення конкретних процедур щодо своєчасної ліквідації «збоїв» у секторі банківських ризиків;

9) облік, підготовка та аналіз фінансової звітності банку;

10) подальший контроль над виконанням відповідними підрозділами банку всіх встановлених процедур у сфері управління банківськими ризиками.

Ризик-контролінг реалізує свої функціонально-цільові установки на стратегічному та оперативному рівнях (рис. 1.1).

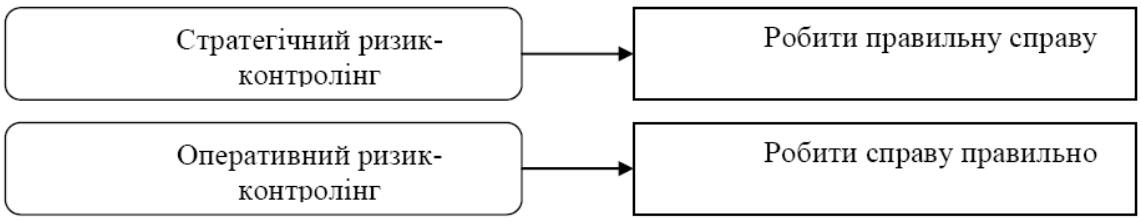


Рис. 1. Функціонально-цільові установки на стратегічному та оперативному рівнях

Завдання стратегічного контролінгу полягає у координації функцій стратегічного аналізу, плануванні та здійсненні контролю за функціонуванням банку в цілому, а також у розвитку стратегічного інформаційного забезпечення.

Основними напрямами функціонування системи стратегічного контролінгу є:

- аналіз зовнішнього і внутрішнього середовища;
- аналіз конкуренції;
- аналіз ключових факторів успіху;
- формування місії та портфеля стратегій банку;
- аналіз стратегічного позиціонування;
- аналіз витратоутворюючих факторів, контроль за реалізацією корпоративної стратегії банку.

Головною метою оперативного, або тактичного, контролінгу є створення ефективної системи управління та оцінки поточної діяльності банку у площині «витрати – прибуток». Причому така оцінка ґрунтується на результатах порівняння фактичних значень із запланованими як у цілому по банку, так і в розрізі окремих бізнес-процесів.

Основними напрямами розвитку системи тактичного контролінгу є:

а) сприяння організації єдиної та багатомірної системи планування діяльності банку (за схемою: місія – стратегія – бізнес-план – фінансовий план і бюджет) і постійне узгодження окремих її складових;

б) розробка оперативних планів і визначення контрольних показників;

в) безперервний контроль за виконанням планових завдань і розробка заходів щодо максимізації ефективності й оперативності управління при відхиленнях;

г) створення комплексної аналітичної бази для швидкого і повного інформування керівництва і відповідальних підрозділів банку про хід виконання плану і поточні результати;

д) підвищення мотивації персоналу з метою досягнення планових завдань.

Таким чином, оперативний контролінг орієнтований на досягнення короткострокових цілей і оперує з такими показниками, як доходи, витрати, прибуток, ефективність, рентабельність, ліквідність, стійкість, надійність та ін.

Отже, відмінність оперативного контролінгу від стратегічного полягає в тому, що оперативний контролінг потребує набагато більшої кількості інформації, яка стосується поточної діяльності і банку і має точно враховувати всі її аспекти. У свою чергу, система контролінгу має вчасно забезпечити своїх користувачів вичерпними даними згідно з їх потребами та побажаннями [10].

О. Ковальов у своїй статті «Архітектура банківського контролінгу» виділяє наступні основні етапи процесу контролінгу ризиків:

1) етап попереднього проектування системи контролінгу ризиків, що включає попередній аналіз складу фінансових інструментів і об'єктів ризику банку та організаційної структури управління ними, розробку організаційних принципів, політик, методик, порядків і регламентів, проектування і складання плану впровадження відповідних інформаційних технологій;

2) етап поточного планування процесу управління та обмеження ризиків, що включає поточний аналіз рівня прийнятих функціональними підрозділами ризиків на конкретних об'єктах ризику, а також розробку заходів щодо його обмеження, розрахунок та затвердження лімітів;

3) етап регулювання, що включає здійснення конкретних процедур прийняття рішень і операцій поточного управління та обмеження ризиків;

4) етап обліку і підготовки звітності, обробки та аналізу інформації;

5) етап подальшого контролю здійснення всіх встановлених процедур обмеження ризиків [8].

Проте, на кожному зі своїх етапів банківський ризик-менеджмент у своєму розпорядженні володіє специфічними можливостями, методами і прийомами реалізації цілей та завдань у сфері управління банківськими ризиками. І тільки на етапі аудиту та коригування мети і завдання цих двох самостійних напрямків банківської діяльності зливаються в одне ціле.

У концептуальній основі даних теорій закладені дані управлінського обліку. Різниця полягає в пріоритетах і методах, а також у тому, що в другій концепції предметна область розширюється за рахунок розширення інформаційних джерел – всіх організаційних форм банківський ризик-менеджменту. Принципи концепції «контролінг – управлінська інформаційна система» мають на увазі під контролінгом інформаційне забезпечення процесу прийняття управлінських рішень – збір і обробку інформації, що використовуються при плануванні, контролі і регулюванні показників.

Отже, розглянувши поняття, роль, етапи проведення контролінгу банківських ризиків та його основні концепції, можна зробити висновок, що банківський контролінг є невід'ємною частиною мінімізації банківських ризиків та прийняття управлінських рішень. Різні підходи до сутності контролінгу, його функцій та інформаційної бази відобразились в основних концепціях, які використовуються і по сьогоднішній день.

Для детальнішого аналізу функцій служби контролінгу в банку розглянемо основні організаційні принципи контролінгу ризиків. Відповідно до сучасних принципів проектування управлінських процесів найбільш доцільно застосувати процесний підхід для визначення організаційних засад загальнобанківської системи контролінгу ризиків. Головним методологічним принципом процесного підходу є чітке розмежування процесу «ризик-менеджменту» та загальнобанківської системи «контролінгу ризиків».

В управлінському процесі контролінгу ризиків беруть участь кілька підрозділів банку, які застосовують спеціалізовані методи та інструменти ідентифікації, оцінки, обмеження та контролю рівня прийнятих ризиків. Тому найважливішим аспектом побудови в банку ефективної системи контролю ризиків є організаційна інтеграція в єдину систему застосовуваних у банку окремих елементів контролю ризиків.

Контролінг як сервісна підтримка менеджменту має розглядатись з позиції системи та процесу, тобто вона має дуалістичну структуру, що дозволяє виконання принципу інтегрованості виконання завдань та функцій, покладених на неї.

Інтегрованою системою контролінгу ризиків є взаємопов'язана система застосування наступних інструментів і методів:

– організаційних принципів;

– методів ідентифікації та оцінки рівня прийнятих ризиків;

– інструментів встановлення лімітів та обмежень на основні фінансові інструменти та операції банку і процедури їх контролю;

– інших інструментів обмеження і нейтралізації ризиків (хеджування, страхування, резервування і т. д.);

– інструментів моніторингу ключових ризиків та їх періодичної оцінки, поточного та наступного контролю якості управління активами й пасивами та рівнем прийнятих ризиків;

– інструментів інформаційно-технологічного забезпечення управлінського обліку про всі параметри і реквізити угод і операцій, які становлять поле ризиків банку [8].

Для виконання завдань контролінгу можуть залучатись всі працівники, виконуючи завдання, що передбачає стратегія контролінгу ризиків. Контроль може здійснюватися у формі загальних зборів колективу, засідань фокус-груп і т.д. Поряд з цим починаючи з 70-х років у структурі управління фірм і банків у розвинених країнах для цієї мети стали створюватися спеціальні управлінські структури, що отримали назву служби контролінгу.

Однією з умов функціонування служби контролінгу є те, що спеціалісти з контролінгу не повинні виконувати роль керівників, а мають лише забезпечувати керівництво необхідною інформацією для прийняття обгрунтованих управлінських рішень. Якщо працівники служби контролінгу не збирають первинної інформації, не узагальнюють її за необхідними напрямами, то їхня роль, по суті, обмежується тільки передаванням інформації.

До функцій, що виконує служба контролінгу банку відносять:

– контроль за злагодженістю функціонування всіх підрозділів банку на основі збору та аналізу різної інформації (не тільки економічного, але і технічного характеру). Контролер повинен бути найбільш поінформованою людиною в організації;

– допомога керівникам різних рівнів управління, що виражається в підтримці планування, консультації по всіх управлінських питаннях, сприяння у вирішенні і виявленні проблем.

Таким чином, загострення конкурентної боротьби, необхідність розробки і здійснення конкурентної стратегії призвели до істотних змін у сфері банківського управління – до появи спочатку маркетингу, а потім – контролінгу.

Однак було б помилкою вважати, що організаційне забезпечення банківської стратегії і політики обмежується створенням служби маркетингу та контролінгу. Як показує практика, для успішної реалізації стратегії можуть знадобитися зміни в банківській організаційній структурі в цілому.

Таким чином, контролери – це банківські фахівці, що реалізують функції контролінгу в банківській практиці та виконують такі завдання:

– здійснюють інформаційне, аналітичне та методичне забезпечення управлінських рішень;

– організовують збір, оцінку, аналіз і інтерпретацію планових і звітних даних, а також зовнішньої та внутрішньої інформації, прямо або опосередковано пов’язаної з видами банківської діяльності;

– координують та інтегрують процеси керування;

– забезпечують прозорість, зрозумілість і об’єктивну інтерпретацію отриманих результатів;

– формують інтегровану концепцію банківського менеджменту та адекватну сучасним вимогам менеджменту інфраструктуру банку.

Отже, контролери – це навігатори банківських керівників при досягненні цілей, внутрішні консультанти з питань економіки, організації та управління для керівників функціональних сфер діяльності, а також системні інтегратори та координатори банківських бізнес-процесів.

Керівництво більшості вітчизняних банків, які вже досягли певних вершин, поступово переходить до переосмислення перспектив власного бізнесу і його ефективності. Забезпечення фінансової стійкості вітчизняних банків на сучасному етапі їхнього розвитку потребує використання нових управлінських технологій, ефективність яких підтверджується зарубіжною практикою. Все більше банки звертаються до іноземних методологій мінімізації банківських ризиків, а саме використання інструментарію банківського контролінгу ризиків. Завданням якого є не лише звіт про фактично здійснені витрати або отримані прибутки, а забезпечення топ-менеджменту компанії повною і якісною інформацією для прийняття рішень щодо планування майбутніх доходів і витрат.

Вперше елементи контролінгу у вітчизняних банках з’явилися в кінці 90-х років. На відміну від зарубіжних у вітчизняних банках впровадження елементів контролінгу розпочалося із бюджетування. Цьому процесу сприяла активна технічна допомога, яка була надана іноземними фахівцями в рамках програми реструктуризації банківської системи України.

Таким чином, сформулюємо основні завдання банківського контролінгу:

– планування: підготовка, координація і реалізація стратегічних планів, бізнес-планів, фінансових планів та бюджету;

– розробка методів і принципів податкової політики;

– оцінка діяльності окремих підрозділів і банку в цілому;

– підготовка та інтерпретація звітів про фактичне виконання планових показників для керівництва та власників банку, підготовка звітів для зовнішніх користувачів (контролюючих органів, клієнтів, мас-медіа та ін.);

– організація внутрішнього контролю, спрямованого на збереження активів банку та недопущення зловживань;

– проведення ринкових і макроекономічних досліджень;

– підвищення кваліфікації працівників.

Ефективне функціонування банківської установи потребує застосування новітніх технологій у сфері управління фінансами банку, але необгрунтоване перенесення досвіду більш розвинутих країн не приводить до очікуваних результатів. Тому використання новітніх інструментів для підтримки функцій управління вимагає врахування умов та особливостей функціонування вітчизняних банківських структур. Класифікації ризиків зарубіжними експертами та рекомендовані національним законодавством суттєво відрізняються, як за кількістю, так і за сутністю.

На особливу увагу заслуговує аналіз впливу ризиків банківської діяльності на окремі портфелі. Здебільшого виокремлюють три види портфелів: портфель операцій з поточного розміщення тимчасово вільних ліквідних коштів (кредитний портфель); торговий портфель (цінні папери на продаж та торговельні цінні папери); портфель стратегічних банківських капіталовкладень (портфель цінних паперів на інвестиції).

Завдання контролінгу полягає в приведенні оцінки підсумків і ризиків за різними портфелями до одної методики. Як бачимо, ризики супроводжують банківську діяльність і їх неможливо уникнути, якщо банк хоче зберегти свій статус. Але ризики ліквідності та втрати рейтингу можуть стати значними перешкодами на шляху залучення коштів кредиторів, що, у кінцевому підсумку, зовсім не виключає ймовірності втрати банком досягнутого рівня прибутковості.

Варто зазначити, що високий рівень свободи банків не виключає певних обмежень НБУ, передовсім щодо показників і критеріїв оцінки ризиків, які контролюються підрозділом банківського нагляду НБУ.

Однак створити ідеальну систему показників поки що не вдалося. Це виявилося надто складною проблемою, оскільки тиск ризиків спричиняє постійні коливання вартості банківських активів. За такої ситуації банкам необхідно опрацювати чітку систему управлінського обліку для управління ризиками на основі аналізу, обмежень і контролю їхніх лімітованих значень, а вже потім формувати систему контролінгу.

Отже, проаналізуємо системи контролінгу таких основних видів банківських ризиків. Контролінг кредитних ризиків є основним у банківській діяльності. Під контролінгом кредитного ризику розуміється система інструментів досягнення кінцевої цілі банку щодо управління даним ризиком (його мінімізація), яка базується на прийнятті ефективних управлінських рішень на основі наявного інформаційного забезпечення, планів, аналізі та контролі за виконанням планів; надання обґрунтованих та доречних рекомендацій керівництву та кредитним підрозділам банку щодо заходів для підтримки величини прийнятого кредитного ризику на запланованому рівні, а також при необхідності зміни його величини.

Попередньою умовою створення сильного банку є створення ефективного процесу контролінгу кредитного ризику. Існують такі ключові завдання контролінгу кредитного ризику:

– розробка принципів, стратегії кредитування, кредитної політики, методик та процедур щодо відстеження кредитного ризику;

– оцінка ефективності кредитної політики та її коректування;

– аналіз та контроль за прийнятим кредитним підрозділом кредитним ризиком;

– дослідження зовнішніх умов та пошук можливого зменшення їх негативного впливу на рівень кредитного ризику;

– планування заходів щодо страхування кредитних ризиків;

– контроль за виконанням кредитним підрозділом поставлених перед ним завдань щодо мінімізації кредитного ризику.

Ефективний контролінг кредитного ризику безпосередньо залежить від компетенції контролера та керівництва банку, а також від сприйняття даної системи, як методу мінімізації кредитного ризику всім персоналом банку.

Контролінг валютного ризику – це система управління процесом мінімізації валютного ризику, яка базується на прийнятті управлінських рішень щодо підтримки прийнятого рівня даного ризику за допомогою розроблення стратегій та методологій, аналізу, планування та контролю на основі внутрішньої та зовнішньої інформації банку.

До функцій контролінгу валютних ризиків належать:

– розробка шляхів мінімізації валютних ризиків, використовуючи такі методи хеджування, як форвардні валютні операції, валютні ф'ючерси, валютні опціони, операції СВОП;

– обґрунтування стратегії та напрямів розвитку валютних операцій банку;

– розробка рекомендацій щодо удосконалення системи оцінки валютного ризику;

– коригування заходів банківських підрозділів щодо мінімізації рівня валютного ризику.

Повноцінне функціонування контролінгу валютного ризику неможливе без відповідного інформаційного та техноголічного забезпечення контролінгової служби, першочергове значення має інформація щодо ситуації на світовому валютному ринку та законодавчі обмеження.

Контролінг процентного ризику являє собою систему обліку, аналізу, планування та контролю для прийняття раціональних управлінських рішень щодо мінімізації процентного ризику та вибору оптимальної стратегії його управління.

Основними функціями контролінгу процентного ризику є:

– розробка стратегії щодо управління процентного ризику і прийомів її реалізації. Полягає у виборі однієї з альтернатив:

– мінімізація процентного ризику, що включає уникнення ризику чи повну його передачу;

– максимізація прибутку при обмеженні процентного ризику (передача зайвого ризику або його обмеження);

– визначення методів аналізу рівня процентного ризику та його проведення;

– пошук шляхів мінімізації процентного ризику;

– обґрунтування ефективності методів контролю ризику (лімітування, хеджування, цільові значення позицій) та їх удосконалення;

– контроль за виконанням підрозділами банку відповідних завдань щодо управління процентним ризиком.

Система контролінгу процентного ризику також використовує такі стратегії мінімізації рівня ризику, як:

1) імунізація ризику процентного спреда – реалізується за допомогою методів угод збільшення терміну балансу, процентного свопу та опціону;

2) імунізація ризику зміни вартості власного капіталу – передбачає використання методу визначення показника дюрації.

Контролінг операційного ризику – це система управління діяльністю банку для досягнення його стратегічних цілей розвитку та запланованих результатів діяльності, що базується на прийнятті управлінських рішень щодо корпоративного менеджменту, внутрішнього контролю, удосконалення інфраструктури і елементами якої є аналіз, планування, контроль та інформаційне забезпечення.

Для ефективного процесу контролінгу ризиками важливим фактором є сприятливе середовище. Контролінгова служба та керівництво має бути обізнаними щодо основних аспектів операційних ризиків банку як окремої категорії ризику, яка повинна управлятися.

До функціональних обов'язків контролінгової служби щодо мінімізації операційних ризиків відносять:

– розробка та корекція системи управління операційними ризиками, що передбачає його ідентифікацію, оцінку, відстеження, контроль та мінімізацію;

– виявити основні елементи операційного ризику, що підлягають першочерговому контролю;

– контроль за послідовністю впровадження по всій структурі банку системи мінімізації операційного ризику та роз'яснення персоналу щодо його відповідальності в даному процесі;

– розробка та впровадження політик, процедур, процесів для управління операційним ризиком у всіх матеріальних продуктах, напрямках діяльності, процесах і системах банку;

– удосконалення системи фінансової звітності та обліку;

– аналіз факторів та індикаторів збільшення рівня операційного ризику та розробка шляхів їх усунення, або мінімізації;

– подальший контроль за виконанням задач щодо управління операційним ризиків, покладених на підрозділи банку.

Контролінг операційного ризику передбачає розробку рекомендацій щодо підвищення рейтингу банку та довіри клієнтів, створення позитивного іміджу, удосконалення інформаційного забезпечення, розширення маркетингових засобів та впровадження новітніх технологій надання банківських послуг.

Висновки. Таким чином, система контролінгу основних видів банківських ризиків складається з наступних ключових елементів:

1) сукупність стратегій, регламентів, процедур, методик, що передбачають досягнення цілей функціонування банку при прийнятому рівні ризикованості;

2) сукупність методів, що дозволяють оцінювати рівень ризику банку;

3) інформаційне забезпечення;

4) висококваліфікований персонал;

5) система контролю за виконанням поставлених завдань та обов'язків.

Отже, система контролінгу в Україні проходить лише свою початкову стадію розвитку та має багато недоопрацювань та протиріч. Контролінг банківських ризиків є теоретично необґрунтованим та базується лише на зарубіжному досвіді. Тому актуальним на сьогоднішній день є виділення найефективніших інструментів та методів контролінгу з зарубіжної практики та їх адаптація до банківської системи України та менталітету ведення бізнесу, а також створення єдиної методології інтегральної системи банківського контролінгу.

В рамках надання контролінгових послуг в зазначені строки контролінгова компанія виконує ряд функцій, а саме: розробка стратегії розвитку бізнесу, підготовка регламентуючих документів, положень, методик, планів виконання, навчання персоналу, співпраця з клієнтською базою, а також інші необхідні дії. Використовуючи послуги компанії, банк отримає більше переваг, так як розміщення продукту буде здійснено оперативно, з рівнем прийнятого ризику, висококваліфікованим персоналом та з максимальним економічним ефектом.

Отже, контролінг банківських ризиків є необхідною та оптимальною системою управління та мінімізації ризиковості функціонування банківських установ сучасності.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про банки і банківську діяльність: Закон України від 7 грудня 2000 року № 2121 – III // Сайт правової системи Нормативні Акти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nau.kiev.ua.

2. Методичні вказівки з інспектування банків «Система оцінки ризиків» від 15.03.2004 № 104 / Національний банк України, Постанова // Сайт правової системи Нормативні Акти України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nau.kiev.ua.

3. Лаута Ю.С. Створення системи контролінгу на промисловому підприємстві / Ю. С. Лаута, Б. І. Герасимов. – Тамбов : Видавництво «Тамбо», 2005. – 96 с.

4. Пісчасов Ф. Інструментарій контролінгу підприємства / Ф.Пісчасов // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.cfin.ru/management/ controlling.

5. Стефанюк І. Б. Поняття, сутність і причини виникнення контролінгу / І. Б. Стефанюк // Фінанси України. – 2005. – № 2. – С. 146-154.

6. Терещенко О. О. «Контролінг» та «управлінський облік» у теорії і практиці / О. О. Терещенко // Фінанси України. – 2006. – № 8. – С. 137-146.

7. Новітній словник іншомовних слів і виразів. – Мн. ; Харвест : ТОВ «Видавництво АСТ», 2001. – 976 с.

8. Журнал «Фінансовий Директор» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www. gaap.ru.

9. Інтернет-портал для управлінців [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www. management.com.ua.

10. Електронна онлайн бібліотека [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www. books.br.com.ua.

11. Соціальна мережа HR-менеджерів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www. kadry.ru.

12. Risk Management Guidelines for Derivatives [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www. bis.org.

MARKETING INNOVATIONS IN THE SMES IN BULGARIA AND ICELAND: EMPIRICAL STUDY ON CURRENT SITUATION

Prof. Dr. ***Anastassova L.,***
Assoc. Prof. Dr. ***Luizov A.***

Bulgaria, Burgas, Burgas Free University

ARTICLE INFO
Received 20 January 2018
Accepted 04 February 2018
Published 10 February 2018

KEYWORDS
marketing innovations,
SMEs,
innovations research,
empirical study

© 2018 The Authors.

ABSTRACT
It is well known that small and medium sized enterprises play a significant role in the economies and especially in smaller countries and in their economies as they reduce unemployment which has a beneficial effect on the social development of societies. The role of innovations as a new and major factor in economic growth continues to be underestimated and this is valid for Bulgaria as well where there is a deficit of research on the innovation activities of the SMEs in Bulgaria. The main goal of this empirical study is to find out the attitude to innovations in SMEs, what kind of innovations related to marketing are conducted by the Bulgarian SMEs - in product design, packaging and marketing communications, what are the differences in the orientation of the business models to innovations. The main data collection method is an online survey with a random sample of SMEs. Part of the empirical data from survey questions are compared with the data from similar research in Iceland provided to the team by the Institute for Innovations Research of Reykjavik University in order to make possible the comparison. According to the survey data there is a difference between the approaches: the Icelandic companies are more inclined to radical innovations while for the Bulgarian companies is more typical the incremental approach to innovations.

Introduction. According to the World bank data, Bulgaria has one of the lowest levels of productivity in the European Union - large expenditure of resources, low cost efficiency etc. and one of the reasons for this state is the weak innovation activeness of the companies in the country. In addition, recent research reveals that marketing innovations have insignificant intensity in the Bulgarian companies and especially in the SME[1]. Another negative factor related to the innovations profile of Bulgaria is that according to the National Statistical Institute the research and development (R&D) expenditure from the national budget have been cut for 2015 by 3.3 % to 188.6 million leva[2].

According to economists' reports and statistical data SMEs play a significant role in the Bulgarian economy by serving as a link between big and small businesses as they represent 97 % of the Bulgarian economy. They are considered as a major player in providing linkages between various subsectors and also as a source of dynamism and agility. SMEs are also said to be an engine for economic growth by creating job opportunities for the regions and for the country as a whole. They contribute to reducing unemployment, thereby swallowing up a significant number of employed people which has a beneficial effect not only on the social development of society, but also on the pace of economic growth. Other than that, SMEs help to form the middle class in developing economies which consolidates the stability of social system, based on market-economy principles.

The data from the last CIS research of EU state that more than the half of the enterprises in Europe are defined as innovative[3]. In Bulgaria the innovative companies are under one third (31 %). In fact in Bulgaria the most innovative sector is the IT industry[4]. The leaders in innovations are Germany (80 %), Luxemburg (65 %), Portugal, Belgium (58 %) and Ireland (57 %). After Bulgaria in this ranking are Lithuania (30 %), Hungary (29 %), Poland (28 %) and Latvia (24 %). It is known that one

[1] The term marketing innovations in this project includes: all product innovations, innovations in the communication mix and innovations in the distribution policy of the company.
[2] http://fakti.bg/bulgaria/42549-nsi-razhodi-za-nauchni-izsledvania-namalavat-s-33, accessed on 22.07.2016
[3] http://epp.eurostat.eceuropa.eu/portal/apge/portal/science _technology_innovation/data/database, accessed on 12.07. 2013.
[4] http://www.capital.bg/biznes/predpriemach/2010/03/05/868457_novost_no_samo_za_bulgariia/- accessed 23.07.2013.

of the three priorities of Europe 2020 Strategy is Sustainable growth – promoting a more resource efficient, greener and more competitive economy[1], so the main agenda of the government and the country for the next period is to have as many as possible innovative and successful SMEs due to their important role in the economic development and its consequent toward social benefits. All this shows that the research topic about innovations, decision making for investments in innovations including marketing innovations are very important issues for Bulgaria.

The role of innovations as a new and major factor in economic growth continues to be underestimated and this is valid for Bulgaria as well despite the fact that their importance has become at least equal to the overall effect of all traditional factors of production. There is a deficit of research on the innovation activities of the SMEs in Bulgaria although exactly the lack of innovations and especially marketing innovations as well as lack of technological capability are the biggest problem of the Bulgarian economy and namely the low labor productivity which is on the bottom of the European Union.

Thus, according to the assessments of Western experts, global economic growth is already based, more than 75 per cent, on the achievements of scientific and technical progress (Recommendations for strengthening the role of small and medium-sized innovation enterprises in countries of the Commonwealth of independent states, WIPO). This is the reason why the research on innovation activeness of the Bulgarian SMEs, the problems and barriers for higher level of activeness is an extremely important research problem which can serve as a bridge between the business and the higher education institutions.

The paper encompasses a primary data analysis on the various kinds of marketing innovations of Bulgarian SMEs in 2016 and a comparative analysis on part of the empirical data based on the same research questions about the innovativeness of SMEs in Iceland. The main goal of the survey is to find out what kind of innovations activities are conducted by the Bulgarian SMEs, what is their approach to innovations and what are the obstacles for higher innovativeness of the SMEs in Bulgaria.

The research tasks are:

– To investigate what part of the SMEs in Bulgaria have made some kind of innovations in their product policy - new or improved products or services and what part of their sales are due to these products and services.

– What kind of innovations related to marketing, if there are any, are conducted - in product design, packaging and marketing communications for the products.

– What kind of approach to the innovations is implemented by the Bulgarian and the Icelandic companies and what are the differences in the orientation of the business models in both countries related to innovations.

– What are the expenses for R&D as percentage of the company's turnover.

– What are the main obstacles the companies are meeting when implementing innovations: in new product and services development and in other marketing activities.

Background of the research. A variety of economic studies have revealed the importance of academic research for innovation, technology and economic growth (Tushman, 1977; Tushman & Katz, 1980; Adams, 1990; Narin et al 1997; Griliches, 1998; Rosenberg & Nelson 1994; Mansfield, 1995; Henderson et. al. 1998; Branscomb et al., 1999, Cohen et al 2002). Studying SMEs can enhance our understanding of their needs in respect to growth and development (Ndesaulwa and Kikula, 2016).

During the last 30-40 years the management literature has documented the process of transfering of scientific knowledge into successful innovations and consequent economic growth mainly on the basis of specific case studies and detailed surveys at company level (Tushman, 1977; Tushman and Katz, 1980; Bud, 1994; Hills, 1997).

On international scale there is a plenty of research about various issues closely related to innovations, innovation activities, impact of different factors on the innovations' success etc. Researchers from different countries put the focus on innovations and SMEs as small companies present a significant part of the regional and national economies. Hoffman (1998) conducts a literature survey of UK work over the past decade and tries to characterize the state of knowledge about SMEs and innovation. It concludes with a discussion of gaps and weaknesses in the literature and some requirements for future research in this field. Massa and Testa (2008) investigate the innovativeness of a sample of Italian Small and Medium Enterprises (SMEs) based on self-reported data by entrepreneurs or managers and show that the considered SMEs were important developers of radical

[1]http://www.dfpni.gov.uk/index/finance/european-funding/content_-_european_funding-future-funding/content_-_european_funding-europe-2020.htm, accessed on 27.07.2013.

innovations in contrast with data published by local institutions. The results show the existence of deeply different perspectives concerning innovation, starting from its definition to the effective policies for its promotions and the role of intermediary institutions.

Considering that innovation is a complex phenomenon, other studies examine how innovations are linked with organizations' performance and to understand and explain the conditions that make innovation profitable (Otero-Neira et al, 2009). The methodology used in the analysis is a multi-case comparative research of low-tech, small and medium-sized furniture firms from Italy, Spain and Finland. De Massis et al (2012) review and systematize prior work on technological innovation in family firms and the study shows that family involvement has direct effects on innovation inputs (e.g., R&D expenditures), activities (e.g., leadership in new product development projects), and outputs (e.g., number of new products), as well as moderating effects on the relationships between these steps of technological innovation. Some researchers explore empirically the relationships between different cooperation networks and innovation performance of SME using the technique of structural equation modeling (SEM). Based on a survey to 137 Chinese manufacturing SMEs, the study finds that there are significant positive relationships between inter-firm cooperation (Zenga et al, 2010), cooperation with intermediary institutions, cooperation with research organizations and innovation performance of SMEs, of which inter-firm cooperation has the most significant positive impact on the innovation performance of SMEs. Surprisingly, the result reveals that the linkage and cooperation with government agencies do not demonstrate any significant impact on the innovation performance of SMEs (opp. cit., 2010). Other researchers in China investigate and analyze technology innovation models from multiple perspectives such as growth stage of SMEs, the environmental features in the enterprises' locations and the enterprises' innovations ability (Bo and Qiuyan, 2012).

Other research issue since 2003 when this topic evolved is the open innovation. Researchers from different countries identify some trends in open innovation research by analyzing how the literature on this topics has evolved since the introduction of the concept in 2003 (Van de Vrande et al 2010). They identify several directions for further research: open innovation research should be linked to other management areas such as marketing, HRM, change management, etc. Icelandic researchers have also a significant contribution to the research on innovations in SMEs and especially the Centre for Research on Innovation and Entrepreneurship at Reykjavik University. Their research interests focus on topics like "innovation mix in young technology based firms", "service innovativeness", "design as an element of innovation", "internal and external relationships in small firms business models" etc. According to Candi (2015) for small firms in particular, R&D relationships with external innovators, large public research labs and universities, as well as industrial and other supporting partners are at the heart of how knowledge intensive innovation is organized and managed today.

Despite the various research interest, the knowledge base about how SMEs actually undertake innovative activities and what type of innovations they implement remains limited.

Comparing to the big scope of academic research on international level, there is insufficient research on the topic of innovativeness in Bulgaria. According to the research of Slavova (2009) the main barrier for the innovations in the small companies is the lack of financial resources as this activity is a risky task but at the same time 26 % o. f the companies have introduced improved product and services in 2009[1]. Analysis on the entrepreneurship and intentions for innovations prepared by Association INSITE in 2012-2013[2] in Bulgaria the SMEs in the production sector have higher innovation activeness than the companies in the services sector. The authors conclude based on the research data, that 1/3 of the companies in the processing industry have a very low innovation activeness. The importance of small and medium-sized enterprises (SMEs) in economic growth has made them a central element in much recent policymaking nowadays.

Research methodology. The data collection method is online survey and the link to the survey questionnaire was sent to a list of 150 small and medium sized companies prepared by random choice from the sampling frame: the Directory of companies-members of Burgas Trade and Industrial Chamber which includes nearly 80 % of the small and medium sized companies in the South-Eastern Bulgaria.

The questionnaire contains a couple of sections relevant to the research tasks. The majority of the questions employ a 5-level Likert scale which is a type of rating scale used to measure attitudes or opinions. For the purposes of the survey respondents are asked to rate items according to the level of

[1] The research is not designed for the SMEs and includes all kind of companies;.

[2] Research on entrepreneurship and perspectives for innovation development in SMEs in Bulgaria (2012-2013), conducted by a team of INSITE, ed. by Prof. Dr. Zeljo Vladimirov, Dr. Kaloyan Ganev and Dr. Ralitca Simeonova, http://timberchamber.com/sites/default/files/imce/SMEs_2013-bg.pdf

their agreement. With regard to the statistical methods the paper employs a quantitative statistical methods: frequencies, crosstabulation, means and correlation analysis.

Survey results and discussion.

Company profile of the respondents - industry and size.

According to the survey information the staff of 77.5 % of the companies in the sample is under 9 people, 12.5 % of the companies have from 10-50 employees (small companies) and only 7.5 % are middle sized companies (with up to 250 employees). The biggest part of the firms are from the processing industry – 60 %, a little more than ¼ are from the services sector- professional services, hotel and restaurant enterprises and 12,5 % operate in the retailing sector.

Table 1. SMEs sample by number of employees

Number of employees	Percentage
Fever than 10	77.5
10 to 49	12.5
50 to 249	7.5
More than 250	2.5

As far as the job position concerns nearly 88.0 % of the respondents are general managers or CEOs, per 5 % are marketing managers and managers "business development" and 2.5 % are managers "New product development". With regard to the sales dynamics the survey data show that the percentage of the companies with sales growth from 1-5 % is bigger for the companies with services innovations but there is almost no difference in the percentages of both groups (with predominantly product or with services innovations) when it concerns higher sales growth.

Development and introduction of new products and services.

The summarized survey information reveals that the majority of the companies have introduced material product innovations - 57.5 % and 52.5 % of the respondents have conducted innovations in services. The activeness analysis with regard to the company size points out that the biggest part of the innovations active companies are in the group of medium enterprises - with 50-249 employees - 100 %, on second place regarding the activeness are the small firms - up to 50 employees - 80 % and the lowest innovation activeness is in the group of micro-firms, nearly the half of them - 48.4 %.

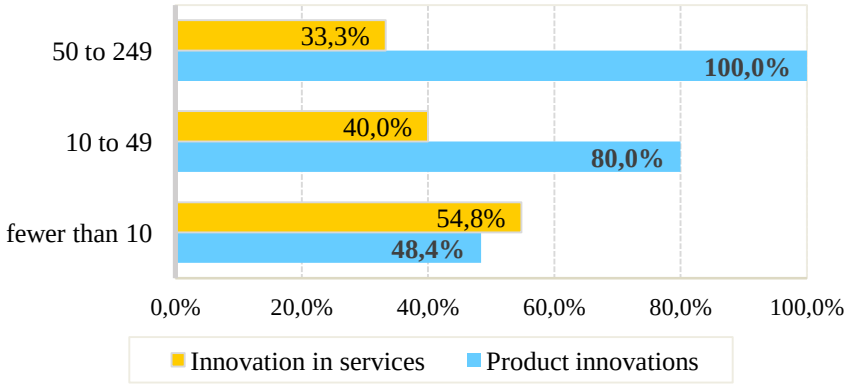


Fig. 1. Innovation activeness depending on company size

The analysis of the innovation activeness of SMEs regarding services innovation reveals that the most active are the smallest companies - 54.8 % of them, second according to this criteria are the small enterprises (10-49 employees) - 40 % of this group and only 1/3 of the medium sized companies have introduced services innovations. As far as the innovativeness in production and services sectors concerns, the survey data point out that the higher activeness is equally represented in both SMEs groups: companies with service innovations and companies with product innovation.

A very important issue in this research and survey is the investigation of *the approach to innovations* of SMEs: The operationalization of both approaches for the purposes of the survey is conducted through the following 10 statements where the first 6 are characterising the Exploitation (Incremental innovation):

– *We improve current products/services rather than develop new ones*

– *We update the technologies embedded in current products/services*
– *We improve our production processes rather than implementing new ones*
– *We extend the functions of our current products/services*
– *We develop new products/services by extending current technologies to similar fields*
– *We introduce new products/services for our current market(s)*

The next 4 statements are characterizing the Exploration (Radical innovation)[1]*:*

– *We develop new products/services with totally new functionality*
– *We develop new products/services based on the latest technology*
– *We introduce radically improved products/services*
– *We create completely new business models**

As it is seen from the table below there is a difference between the approaches: the Icelandic companies are more inclined to radical innovations while for the Bulgarian companies is more typical the incremental approach to innovations.

Table 2. Attitude to innovation of Bulgarian and Icelandic SMEs

	Bulgaria	Iceland
Exploitation	3,70	3,62
Exploration	3,24*	3,47

*Note: *p<0.05*

Investments in R&D activities and revenues from new products and services

One of the basic survey issues is the question about the percentage of the sales revenue invested by the SMEs in R&D activities and the positive fact is that according to the survey results 82.5 % of the enterprises included in the sample have invested in innovation activities and 42.5 % of the companies have invested from 5-10 % while 7,5 % have invested from 10-15 % from the sales revenues.

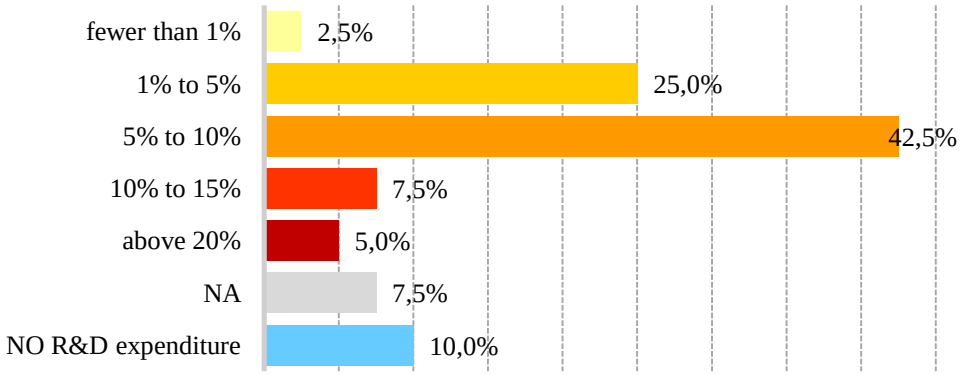


Fig. 2. Innovation activeness depending on company size

The analysis of the companies' expenditures for innovations depending on their number of employees (size) reveals that there is no relation between the company size and the percentage of sales revenue invested for innovation activeness. According to the survey results the smallest and the biggest investments for innovations (from 1-5 % and over 20 % are) are made by the smallest companies (with up to 9 employees).

[1] The statements for examining the approach to innovation and the data for Iceland are provided by the Institute for Innovations Research of Reykjavik University in order to make possible the comparison.

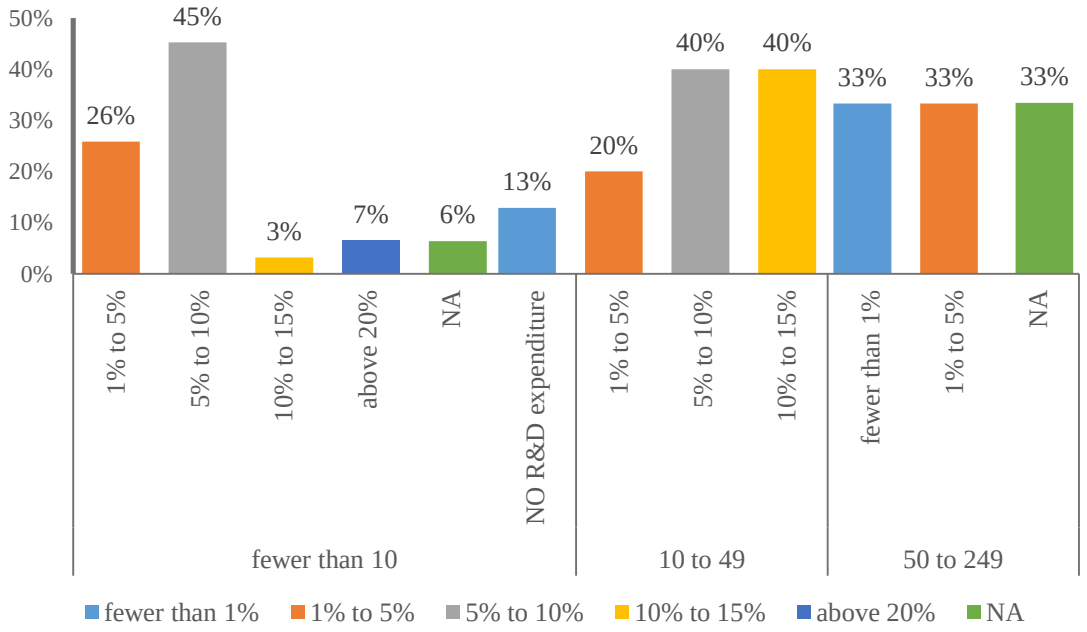


Fig. 3. Investments in R&D activities by size of SMEs

The survey results point out that in more than 1/3 of the companies with innovations the contribution to the revenues of the new product sales is more than 20 %. At the same time in nearly 60 % of the SMEs with various kind of innovations in services over 20 % of the sales revenues are shaped by the offering and sales of new or improved services. The comparative analysis points out, that the share of companies with high contribution to revenues from new services sales is nearly 2 times bigger than the contribution to revenues from sales of new products in companies with product innovations. Therefore the recent survey gives us reason to make the conclusion that the economic effect from sales of new services is relatively bigger than the economic effect from sales of introduced new products.

Innovation in product design, promotions and distribution policy.

With regard to the type of marketing innovations the survey data show that the companies undertake more and easier innovations in the promotion policy egg. in marketing communications: *65 % of the SMEs made some innovations in their promotion policy, 1/4 of the SMEs in the sample made innovations in product design and packaging and relatively high share of the company-respondents improved or totally changed their distribution channels- 37,5 %.* The innovative practices in marketing communications include implementing new promotional approaches, introducing new communication channels, improving by big extent the current communication means etc.

Table 3. Type of marketing innovations

Type of innovations	Percentage of SMEs (%)
Innovations in promotion: new promotion channels and promotion means	65.0
Innovations in product design and/or packaging	25.0
Innovations in distribution and the sales methods	37.5

Generally according to the survey results the SMEs in Bulgaria focus more on innovations in the promotional policy egg. the marketing communications in contrast with the small firms in Iceland where the stress in innovations is more on product design, on creativity and especially in the services sector where design is based on customer experience (Gemser, G. and Candi, M., 2014; Candi, M.,2014).

Regarding the barriers and difficulties related to the innovation activeness the results the respondents are on the opinion that the biggest barrier for the companies is not the lack of financial resources and access to bank credits like 5-6 years ago and this information is in fact in contrast with the situation 5-6 years ago when the main barrier was the difficult access to financial resources (Slavova-Nocheva, M. 2009), but the deficit of *qualified human resources* - 87 % of the SMEs have chosen this answer option while at the same time 91 % of the managers think that the access to bank credits is not difficult. As far as the macro- and microenvironmental impact on the innovation

activeness of SMEs in Bulgaria and Iceland concerns, the recent survey highlights the fact, that in both countries according to the managers and CEOs, the environment can be characterized by the following 3 features (according more than 60 % of the respondents): rapid technological changes, intensive competition, high consumer preferences which are changing very quickly.

Conclusions. The survey results and evidence give us the reason to draw the following conclusions:

The majority of the companies have introduced innovations in products and almost the same percentage of the SMEs have introduced innovations in services.

The companies with innovations in products are mainly from the processing industry and those with innovations in services are from the sector of professional services, hotels and restaurants.

The majority of the SMEs made some innovations in their promotion policy, more than one third introduced innovations in their distribution channels and one fourth of the SMEs in the sample made innovations in product design and packaging. The SMEs in Bulgaria focus more on innovations in the promotion policy- the marketing communications in contrast with the small firms in Iceland where the stress in innovations is more on product design, on creativity.

There is a difference between the approaches to innovations: the Icelandic companies are more inclined to radical innovations while for the Bulgarian companies is more typical the incremental approach to innovations.

The biggest barrier for the SMEs in Bulgaria is not the lack of financial resources and the difficult access to bank credits as it was 5-6 years ago but the deficit of qualified human resources.

The environment in Bulgaria and Iceland can be characterized by the following 3 features: rapid technological changes, intensive competition and high consumer preferences which are changing very quickly and the companies are under stress in order to satisfy at most the consumers' needs.

REFERENCES

1. Adams, J. (1990). Fundamental stocks of knowledge and productivity growth. Journal of Political Economy, Vol. 98, 673–702.

2. Allen, T. (1977). Managing The Flow Of Technology. MIT Press.

3. Branscomb, L.M., Kodama, F. & Florida R. (1999). Industrializing Knowledge. University-Industry Linkages in Japan and the United States, MIT Press, Cambridge, MA.

4. Bo, Z., Qiuyan,T. (2012). Research on SMEs' technology innovation model from multiple perspectives. Chinese Management Studies, Vol. 6, Nr.1, 124-136.

5. Candi, M. (2015). Design in technology-based service innovation. R&D Management Conference 2015, Pisa, http://www.rnd2015.sssup.it/attachments/R&D_2015_BOOK_of_ABSTRACTS.pdf, accessed on 16.03.2017

6. Candi, M. (2014). The innovation mix in young technology-based firms. The Product Development and Management Association International Conference Research Forum, Denver.

7. Gemser, G., & Candi, M. (2014). Examining designers' ability to predict new service success. The NordDesign 2014 Conference.

8. Cohen, W., Nelson R. & Walsh, J. (2002). Links and Impacts: The Influence of Public Research on Industrial R&D. Management Science, 48(1), 1-23.

9. De Massis,A., Frattini, F. & Lichtenthaler, U. (2012). Research on Technological Innovation in Family Firms: Present Debates and Future Directions. First Published November 9.

10. Griliches, Z. (1998). R&D and Productivity. Chicago University Press.

11. Hills, G.E., Lumpkin, G.T. & Singh, R. (1997). Opportunity Recognition: Perceptions and Behaviours of Entrepreneurs. Frontiers of Entrepreneurship Research, Vol.17, 168-182.

12. Hoffman, K. (1998). Small firms, R&D, technology and innovation in the UK: a literature review. Technovation, Volume 18, Issue 1, January, 39-55.

13. Mansfield, E. (1997). Links Between Academic Research and Industrial Innovations. In David, P. & E. Steinmueller (Eds.), A Production Tension: University-Industry Collaboration-Based Economic Development. Stanford University Press, Palo Alto

14. Massa,S., & Testa, S. (2008). Innovation and SMEs: Misaligned perspectives and goals among entrepreneurs, academics, and policy makers. Technovation, Volume 28, Issue 7, July, 393–407.

15. Narin, F., Hamilton, K. S. & Olivastro, D. (1997). The increasing linkage between US technology and Science. Research Policy, 26, 317–330.

16. Ndesaulwa, A. P., Kikula, J. (2016). The impact of Innovation on Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Tanzania: A Review of Empirical Evidence. Journal of Business and Management Sciences, Vol. 4, Nr.1, 1-6.

17. O'Dwyer,M., Gilmore, A. & Carson, D. (2010). Strategic Alliances as an element of innovative marketing in SMEs. Journal of Strategic Marketing, Vol. 19, Nr.1, 91-104.
18. Otero-Neira,C., Lindman, M. T. & Fernández, M. J. (2009). Innovation and performance in SME furniture industries: An international comparative case study. Marketing Intelligence & Planning, Vol. 27 Issue: 2, 216-232.
19. Rosenberg, N., & Nelson, R. (1994). American Universities and technical advance in industry. Research Policy, 23, 323-348.
20. Tushman, M., & Katz, R. (1980). External Communication and Project Performance: An Investigation into the Role of Gatekeepers. Management Science, 26, 11, 1071-1085.
21. Tushman, M. (1977). Special Boundary Roles in the Innovation Process. Administrative Science Quarterly, 22, 587-605.
22. Zenga, S. X, Xieb, X. M. & Tamc, C. M. (2010). Relationship between cooperation networks and innovation performance of SMEs. Technovation, Volume 30, Issue 3, March, 181–194.
23. Van de Vrande, V., Vanhaverbeke, W. & Gassmann, O. (2010). Broadening the scope of open innov ation: past research, current state and future directions. International Journal of Technology Management, Volume 52.
24. Slavova-Nocheva, M. (2009). Inovacii, inovacionna politika i praktika. Mehanika, Transport, Komunikacii, issue 2, 7 (in Bulgarian)
25. http://timberchamber.com/sites/default/files/imce/SMEs_2013-bg.pdf, accessed 20.01.2014
26. http://fakti.bg/bulgaria/42549-nsi-razhodi-za-nauchni-izsledvania-namalavat-s-33,accessed on 22.07.2013
27. http://epp.eurostat.eceuropa.eu/portal/apge/portal/science_technology_innovation/data/database, accessed on 12.07. 2014.
28. http://www.capital.bg/biznes/predpriemach/2010/03/05/868457_novost_no_samo_za_bulgariia/, accessed 23.07.2013.
29. http://www.dfpni.gov.uk/index/finance/european-funding/content_-_european_funding-future-funding/content_-_european_funding-europe-2020.htm, accessed on 27.07.2013.
30. http://www.rnd2015.sssup.it/attachments/R&D_2015_BOOK_of_ABSTRACTS.pdf, accessed on 16.03.2017

INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN ECONOMY

ISSN 2412-8368

https://ws-conference.com/ijite

1(13) February 2018

SCIENTIFIC EDITION

Indexed by:

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

Passed for printing 01.02.2018. Appearance 10.02.2018.
Typeface Times New Roman.
Circulation 500 copies.
RS Global Sp. z O.O., Warsaw, Poland, 2018

INTERNATIONAL JOURNAL OF INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN ECONOMY