

Science and practice

Collection of scientific articles

RSCI / РИНЦ
Science Index 

Submitted for review in
Conference Proceedings Citation Index -
Social Sciences & Humanities (CPCI-SSH)

 THOMSON REUTERS

Midas S.A.
Thessaloniki, Greece
2019

Midas S.A., Thessaloniki, Greece

Science and practice

Reviewers:

Dr. Aristidis Bitzenis,

*Associate Professor in International Entrepreneurship
at the University of Macedonia, Thessaloniki, Greece*

Valeriy Okulich-Kazarin,

*Doctor of Educational Sciences, Professor of Institute of Administration
of Academy J.Dlugosza in Czestochowa (Poland)*

Science editor:

Drobyszko S.I.

*Ph.D. in Economics, Associate Professor,
Doctor of Science, honoris causa, Professor of RANH*

Science and practice: Collection of scientific articles. - Midas S.A., Thessaloniki, Greece, 2019. - 108 p.

ISBN 978-960-568-803-9

Collection of scientific articles published is the scientific and practical publication, which contains scientific articles of students, graduate students, candidates and doctors of sciences, research workers and practitioners from Europe, Russia, Ukraine and other countries. The articles contain the study, reflecting the processes and changes in the structure of modern economy and state structure. The collection of scientific articles is for students, postgraduate students, doctoral candidates, teachers, researchers, practitioners and people interested in the trends of modern economic science development.

ISBN 978-960-568-803-9

© 2019 Copyright by Midas S.A.

© 2019 Authors of the articles

CONTENT

NATIONAL ECONOMICS AND MANAGEMENT	5
Dudová Iveta. PROFESSIONAL EDUCATION AND TRAINING IN EUROPEAN EDUCATIONAL POLICY	5
František Hocman. RISK CLASSIFICATION OF GLOBAL THREATS IN THE VIEW OF OPTIMAL CAPITAL STRUCTURE.....	9
Zakharov Aleksandr. DEVELOPMENT OF BUSINESS ENVIRONMENTAL TRANSFORMATION POLICY IN THE CONTEXT OF INNOVATIONAL TECHNOLOGY MARKET DEVELOPMENT.....	14
Laptiev Viacheslav. COMPONENTS AND METHODOLOGICAL APPROACH TO IDENTIFYING PROBLEMS OF HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT	18
Shtoka Yevgen. FORMATION OF MECHANISM FOR REALIZATION OF THE STATE POLICY FOR DEVELOPMENT OF THE INTERNAL MARKET OF INNOVATIVE GOODS ..	22
WORLD ECONOMY.....	26
Martin Grešš. CAN LDC COUNTRIES CATCH UP WITH OECD COUNTRIES BY THE END OF THIS CENTURY?	26
Cherepanova N.A. MODERN PHARMACEUTICAL MARKET: FEATURES, COMPETITION AND DEVELOPMENT TRENDS	30
ENTERPRISES ECONOMICS AND MANAGEMENT	34
Kotkalova-Lytvyn Inna. INCORPORATION OF THE KEY PROVISIONS OF THE INFORMATION ECONOMY IN FINANCIAL MANAGEMENT BY ENTERPRISE	34
A. Mastylo, G. Ivanyshyna, S. Holubka. INTERDISCIPLINARITY STUDY CATEGORY "INTELLECTUAL PROPERTY"	38
Piliavskiy V.I. SYSTEM OF MONITORING AND LIMITATIONS OF THE PERSONNEL COMPONENT OF THE POTENTIAL OF AGRO-INDUSTRIAL ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF INTELLECTUALIZATION OF ECONOMIC PROCESSES	42
Philip Stoyanov. SUMMARY ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE EU AND THE WORLD	47
PRODUCTIVE FORCES DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY	51
Gayvoronska Inna. SYSTEM APPROACH TO THE IMPLEMENTATION OF STATE POLICY IN THE FIELD OF TOURISM.....	51
Kwilinski A., Trushkina N. LOGISTICS CLUSTER AS AN INSTITUTION OF REGIONAL DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF ECONOMIC MODERNIZATION	55
MONEY, FINANCE AND CREDIT	60
Ilijana Zyberi, Antoneta Polo, Enkela Caca. THE IMPACT OF PERSONAL FACTORS ON SATISFACTION AND LOYALTY OF E-BANKING CUSTOMERS	60
STATE ADMINISTRATION, SELF-GOVERNMENT AND GOVERNMENT SERVICE ...	67
Lidiia Karpenko, Volodymyr Vareschenko. INNOVATIVE DOMINANTS IN THE PROCESS MODELING OF REGIONAL STRATEGIES: POLICY OF TERRITORIES DEVELOPMENT .	67
LAW	72
Soldatenko Oksana. STATE OF AFFAIRS IN THE FIELD OF GIFT DECLARATIONS IN UKRAINE: LEGAL ISSUES.....	72
MANAGEMENT	76
Daniel Parushev. ASSESSMENT OF LUKOIL'S COMPETITIVENESS IN BULGARIA.....	76
Georgi Manolov. "THE MARKET OF POLITICAL CORRUPTION" IN BULGARIA AND ANTICORRUPTION POLICY TO PROTECT BUSINESS	81

MARKETING	87
Taryana Netseva-Porcheva. PRICE ADJUSTMENT STRATEGIES APPLIED BY THE COMPANIES OPERATING IN BULGARIA	87
Kharchenko Tetiana. MARKETING INNOVATIONS IN INDUSTRY	91
PSYCHOLOGY, PEDAGOGY AND EDUCATION	94
Artyukhina A.I. PEDAGOGICAL TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF THE FUTURE SPECIALIST'S PERSONALITY	94
Magrlamova Kamilla, Kravchenko Oleksiy. PREPARING A TEACHER FOR HIGHER MEDICAL INSTITUTION	97
Chernenko Yu. ANALYSIS OF THE COMPETENCE OF PEDAGOGICAL STAFF OF PROFESSIONAL (VOCATIONAL) EDUCATION INSTITUTIONS IN THE FIELD OF INTELLECTUAL PROPERTY ON THE BASIS OF QUESTIONNAIRE MATERIALS	101

NATIONAL ECONOMICS AND MANAGEMENT

Dudová Iveta

Associate Professor, Ph.D. in Economics,

School of Economics and Management in Public Administration, Bratislava, Slovakia

PROFESSIONAL EDUCATION AND TRAINING IN EUROPEAN EDUCATIONAL POLICY

***Abstract.** The article talks about the approaches of the European education policy in the field of vocational education and training. The article talks about the approaches of the European education policy in the field of vocational education and training. The educational policy of the European Union is founded on the application of the open method of coordination in education and training. The role of the EU is supportive and is based on the principle of subsidiarity.*

***Keywords:** european education policy, vocational education and training, copenhagen process*

***Аннотация.** В статье рассказывается о подходах европейской политики образования и обучения. Политика Европейского Союза в области образования основана на применении открытого метода координации в образовании и обучении. Роль ЕС является поддерживающей и основывается на принципе субсидиарности.*

***Ключевые слова:** европейская образовательная политика, профессиональное образование и обучение, копенгагенский процесс*

Введению В Европейском союзе профессиональное образование и профессиональная подготовка (ПОПП) направлены на приобретение компетенций - знаний, навыков, компетенций, необходимых для конкретных профессий и, как правило, на рынке труда. Это ключевой элемент систем непрерывного обучения. Профессиональное образование и обучение отвечают потребностям экономики, но в то же время дают учащимся навыки для личностного развития и активной гражданской позиции. Это способствует производительности предприятий, конкурентоспособности, научных исследований и инноваций. В то же время она имеет решающее значение для занятости и социальной политики.

1. Профессиональное образование и обучение в ЕС

Системы ПОПП в Европе основаны на хорошо развитой сети поставщиков ПОПП. Они основаны на структурах управления с участием социальных партнеров (работодателей, профсоюзов) в различных органах (палатах, комитетах, советах и т. д.). Эти системы состоят из начального и последующего профессионального образования и профессиональной подготовки.

Начальное образование и профессиональная подготовка относятся к стадии приобретения некоторых общих знаний и навыков, связанных с отраслью, в которой будет двигаться лица. Во многих государствах-членах базовое образование и обучение подкрепляются ученичеством, которое связывает школьное обучение с опытом работы на предприятиях. Начальное образование и профессиональная подготовка в Европейском Союзе обычно проводится в старших классах средней школы до начала трудовой жизни. Это

осуществляется либо в школьной среде (обычно в классе), либо в рабочей среде, максимально приближенной к реальной жизни (будь то в школах, в центрах подготовки или на предприятиях, чаще всего в системах ученичества). Это зависит от системы образования и профессиональной подготовки в отдельных странах, а также от структуры их экономики.

Дальнейшее профессиональное образование и профессиональная подготовка происходит после начального образования и обучения или после вступления в трудовую жизнь. Оно направлено на улучшение или обновление знаний и навыков, приобретение новых навыков, переподготовку для карьерного роста или продолжение личного и профессионального развития. Дальнейшее ПОПП в значительной степени ориентировано на обучение на работе, при этом большая часть обучения проводится на рабочем месте.

Непрерывное профессиональное образование и профессиональная подготовка (или непрерывное профессиональное развитие) связаны с обучением, которое имеет конкретные связи с рынком труда или конкретным предприятием на основе уже приобретенных профессиональных навыков и практики, с тем чтобы обновить и расширить свои собственные знания и компетенцию и приобрести навыки для других или новых областей трудовой деятельности и задач. Оно ориентировано в первую очередь на всех граждан, которые активно вовлечены в рабочий процесс, то есть, которые завершили базового образования и профессиональной подготовки, в некоторых случаях как частично квалифицированные работники, не имеющие формальной профессиональной квалификации, и которые либо трудоустроены, либо зарегистрированы как безработные (и в этом контексте участвуют в программах поддержки для продолжения профессиональной подготовки или курсов переподготовки).

ПОПП уже были в центре Европейского Союза до Маастрихтского договора, поскольку это главным образом касается занятости и экономики. В течение этого периода государства-члены ЕС могли работать только в сфере образования косвенно, уделяя особое внимание вопросам занятости, профессиональной подготовки с точки зрения потребностей рынка труда. Только после Маастрихтского договора открытие инициатив в области образования вызвало широкомасштабные дебаты в Европейском Совете, после чего были приняты дополнительные выводы и резолюции. Важные европейские образовательные программы Erasmus, Leonardo, Comenius, Socrates и Lingua, уже начались или были усилены.

2. Копенгагенский процесс

Копенгагенский процесс стал неотъемлемой частью европейской стратегии ПОПП. Его целью является повышение качества и привлекательности профессионального образования и обучения. Развитие европейского рынка труда обусловлено наличием квалифицированной, адаптируемой и мобильной рабочей силы, способной использовать свои навыки и компетенции по всему ЕС. Создание общих европейских рамок и инструментов для повышения прозрачности, признания и качества компетенций и квалификаций является неотъемлемой частью процесса, способствующего мобильности студентов и работников.

Копенгагенский процесс начался на конференции в Копенгагене (2002 г.) по расширению европейского сотрудничества в области профессионального образования и обучения, на которой была принята Декларация европейских министров образования и Европейской комиссии - так называемая Копенгагенская декларация. Основными приоритетами принятой Декларации были европейское измерение (в частности, его укрепление), прозрачность, информация, консультации (в частности, передача и признание компетенций и квалификаций для содействия трудовой и географической мобильности граждан), признание навыков и квалификаций и обеспечение качества.

Наиболее важными инструментами, разработанными для повышения прозрачности, признания и качества компетенций и квалификаций, являются Европейская система квалификаций (EQF), Европаспорт (Europass), Европейская кредитная система ПОПП (ECVET) и Европейская сравнимая рамка обеспечения качества для ПОПП (EQAVET).

Европейское сотрудничество в области ПОПП было еще более укреплено на основе Брюггского коммюнике 2010 года и Рижских заключений 2015 года, в котором ЕС, страны-кандидаты, страны Европейского экономического пространства, социальные партнеры ЕС, Европейская комиссия и поставщики Европейского ПОПП договорились о следующем наборе мероприятия на 2015-2020 годы:

(a) Поощрять обучение на рабочем месте во всех его формах с особым вниманием к ученичеству, привлекая социальных партнеров, предприятия, торговые палаты и поставщиков ПОПП, а также стимулируя инновации и предпринимательство.

(b) Дальнейшая разработка механизмов обеспечения качества в ПОПП в соответствии с рекомендацией Европейской сравнимой рамки обеспечения качества (EQAVET) и создание постоянной информации и обратной связи в системах обеспечения качества на основе результатов обучения в системах ПОПП.

(c) Улучшить доступ для всех к ПОПП и квалификациям с помощью более гибких и жизнеспособных систем, в частности, посредством эффективных и интегрированных руководящих услуг и обеспечения возможности проверки неформального и информального обучения.

(d) Дальнейшее укрепление ключевых компетенций в учебных планах ПОПП и предоставление лучших возможностей для приобретения или развития этих навыков.

(e) Внедрить систематические подходы и возможности для начального и непрерывного профессионального развития учителей, инструкторов и инструкторов ПОПП в школах и на рабочих местах.

В своей функции перераспределения европейская образовательная политика использует два важных финансовых инструмента, поддерживающих политику ПОПП – программа Erasmus + и Европейский социальный фонд.

Заключение. Деятельность ЕС, с точки зрения европейской образовательной политики, сосредоточена на рассмотрении приоритетных областей на каждом уровне ПОПП. Развитие европейского рынка труда обусловлено наличием квалифицированной, адаптируемой и мобильной

рабочей силы, способной использовать свои навыки и компетенции по всему ЕС.

Литература:

1. Dudová, I.: *Ekonomia vzdelávania*. Bratislava: Iura Edition, 2013. ISBN 978-80-8078-668-7
2. Dudová, I. – Stanek, V. – Polonyová, S.: *Sociálna politika*. Bratislava: Wolters Kluwer, 2018. ISBN 978-80-8168-866-9
3. Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 June 2009 on the establishment of a European Credit System for Vocational Education and Training (ECVET) (2009/C 155/02)
4. Council Recommendation of 15 March 2018 on a European Framework for Quality and Effective Apprenticeship (2018/C 153/01)

František Hocman

Ph.D., Ing.

University of Economics in Bratislava, Bratislava, Slovak republic

RISK CLASSIFICATION OF GLOBAL THREATS IN THE VIEW OF OPTIMAL CAPITAL STRUCTURE

Abstract. *The assumption of decomposition of global risks defined by its value of likelihood and severity was one of the main objects of the basis of research. The main formulation of hypotheses and detailed discussion of the paper is to define the starting point for the analysis on the basis of causality of risks to the processes that determine the formation and risk influence to the overall examination system. The analysis is based on a function and systematic approach consistent with the assumptions of adverse selection and the role of moral hazard in the view of system of capital structure based on definition of optimal capital structure in connection of asset financial stability and financial structure.*

Key words: *Components of risk, Financial risk, Global risk, Information value, Moral hazard.*

INTRODUCTION

From the point of view of the capital structure, it is necessary to define not only the overall severity and probability of the occurrence of a particular phenomenon, but to correctly decide on the definition of the components of the capital structure from the baseline and the severity of the progress that is allocated in the area where the company operates and develops its business activities. The right decision at the right time must be implemented not only in human and economic activities. The assessment of the concept of the right decision must be defined and determined in principle by the decision-making process. An essential feature of decision-making is the option of different entities (decision maker /not taker/) between different options (alternatives) to address the problem, taking into account the objectives and set of criteria.

PRINCIPLE OF DECISION MAKING

The right decision at the right time must be implemented not only in human and economic activities. The assessment of the concept of the right decision must be defined and determined in principle by the decision-making process. [2] An essential feature of decision-making is the option of different entities (decision maker /not taker/) between different options (alternatives) to address the problem, taking into account the objectives and set of criteria. Option as the principle of decision-making is carried out by two basic forms [13]: 1. Paradigm of natural (random) choice and 2. Paradigm of conscious (rational) choice.

Natural – The random choice is mediated in a man-built biological mechanism for its survival and is the basis of the so-called Self-conscious – intuitive decision-making.

Conscious – The rational choice is mediated by the knowledge of human and is the basis of the Rational decision-making [5], based on an analysis of information about the surrounding states of nature and the scientific knowledge used to solve problems.

Despite the fact that development is moving towards an increasingly proportionate of rational decision-making, it is not possible to completely exclude or make intuitive decisions. This system is, in conjunction with experience gained, the basis for a creative approach to solving complex problems. According to the classic economy authors' approaches [6] [7] for the right decision making, the choice of such a solution, which we believe to provide the best results at the time of the decision, can be considered. Therefore it is necessary to set intervals at different time points where the correct decisions to deal with the same problem can and will vary.

It is important to determine a causal activity of the consequences of these differences. The approach of selective factors is determined by the cause in the form of permanent developments in the states of nature. This development also results in constant changes in both the conditions and decision-making criteria as well as the position and priorities of the decision maker. [14] The absolute majority of accepted decisions is linked to the future. However, in most cases, we do not know, recognize or know this to a certain extent. We are therefore faced with the impact of uncertainty which is necessary to take account in time of decision making.

The general theoretical logical prerequisite of each decision is the stochastic-probability understanding of the development of complex socio-economic systems as a form of objective reality. [1] [8] [10] The opposite of this understanding is the mechanical determinism that the relationship between elements and phenomena in complex systems reduces to causal relations (cause effect) and provides knowledge of the complete cause and makes it clear of the consequences.

Mechanical determinism thus reduces the most complex form of movement (e.g. the movement of sociable, economical) transformation to mechanical move, which can be explained by any other movement. Unlike mechanical determinism, according to which the direction of development is strictly predetermined, the probable understanding of the evolution of the economics decisions respects the complex overlap of various impacts with varying degrees of probability and does not interfere with the development of linear causal chains. [6] The adoption of this theoretical basis leads in its consequences to the adoption of the assumption of the variability of developments of the future variability.

DECISION MAKING CONDITIONS

Conditions for decision-making: basic = logical - living conditions which are important for the decision-making of itself are:

1. Existence of at least two options to solve the problem. If there is only one solution option that leads to a given objective, the presumption and the subject of decision-making are not defined.

2. Knowledge of objectives or criteria which enable:

- A. The formulation of options – a variant how to solve the problem, because we are always able to define one or more options to solve the problem in relation to other objectives and criteria.

- B. Assessment of the proposed variant, whether it allows selection of the most appropriate (optimal).

3. Knowledge of restrictive conditions which co-establish the decision-making area (e.g. financial limits, restrictions on the amount of working capital, available energy, etc.).

4. Sufficient amount of true valid information in the necessary structure, time with the necessary location.

5. Knowledge and active control practice-proven methods, techniques or decision-making algorithms, i.e. procedures, mathematical or logical operations, that sort out basic steps or individual phases that can be used to reach the best possible approved decision (optimal) due to defined conditions.

6. Quality of professional and decision-making entities (e.g. line managers) participating in the decision-making process.

Cumulatively, due to all conditions need to be axiomatically assumed the necessary decision rationality. It is known that various problems of choice can be solved out on the basis of spontaneous intuition, supplemented by experience or imagination. [4] On the other hand, the real existence of problems and the growth of their complexity is in the direction of the creation of general principles of good choice and progressively and gradually to build general principles of decision making theories.

Even though there were different, equivalent simple guidelines before the first decision-making theories how to act properly in the situations, it was up to the increasing complexity of the modern world, which, by its complexity, by rapid dynamic changes, complicated the choice of the administrative decision, caused the growth of possibilities, the difficulty of their implementation and evaluation, multiplied the differentiation of the interests of the decision makers etc. These circumstances led to the issue of general decision-making mechanisms, i.e. how to make reasonable choices and rational decisions and how to choose between the possibilities of legal persons, so that their business and capital structure indicators will be not exposed to excessive undesirable factors. [3]

The gradual building of the foundations of the general decision theory has led to the examination of the form of the whole decision making process, to the examination of its verbal logical or mathematical models. Generalization and formalization of the choice process and election is done at a cost of abstracting from content. Any decision making theory can therefore clarify different aspects and mechanism of the choice, can provide indicative logical and mathematical schemes, but cannot also be a guide to a real historical choice, cannot give a substantive answer to the most important question, “why” to decide and “what” will be the subject of the choice at a particular moment.

Such a general theory will, however, answer the question of how the decision-making process is being carried out, what methods or methods can be used to correct the choice between the possibilities of errors and mistakes the entity may commit, and what procedures and techniques has been used to rational decisions. [9]

The objectives and methodology describe the various methods and procedures that have been used in evaluating and resolving the examined problems. In the research, we have used methodological procedures as follows: Empirical examination in the form of a history observation, which observed the consequences of the incorrect risk management and consequences that have been induced. Based on these observations, the abstraction method has chosen significant signs of individual processes and the elemental analysis determined their impact on the researched phenomenon. To identify the components, we divided the system into individual

components – subsystems, according to the same factors and consequences, which allowed us to separate significant and insignificant factors causing risks. By comparison, we have compared and identified specific methods that are applicable to identify the risks in our chosen system components. The choice of the method for identifying elementary elements has a significant impact on the results found. [12] The individual elements are first evaluated separately, while maintaining the conditions *ceteris paribus* (at the same other, while others are unchanged), then we assess the mutual impact of individual factors independently and in a reciprocal context. The results are subsequently linked to macroeconomic indicators, with the causal link method being compared and qualified by the individual subsystems.

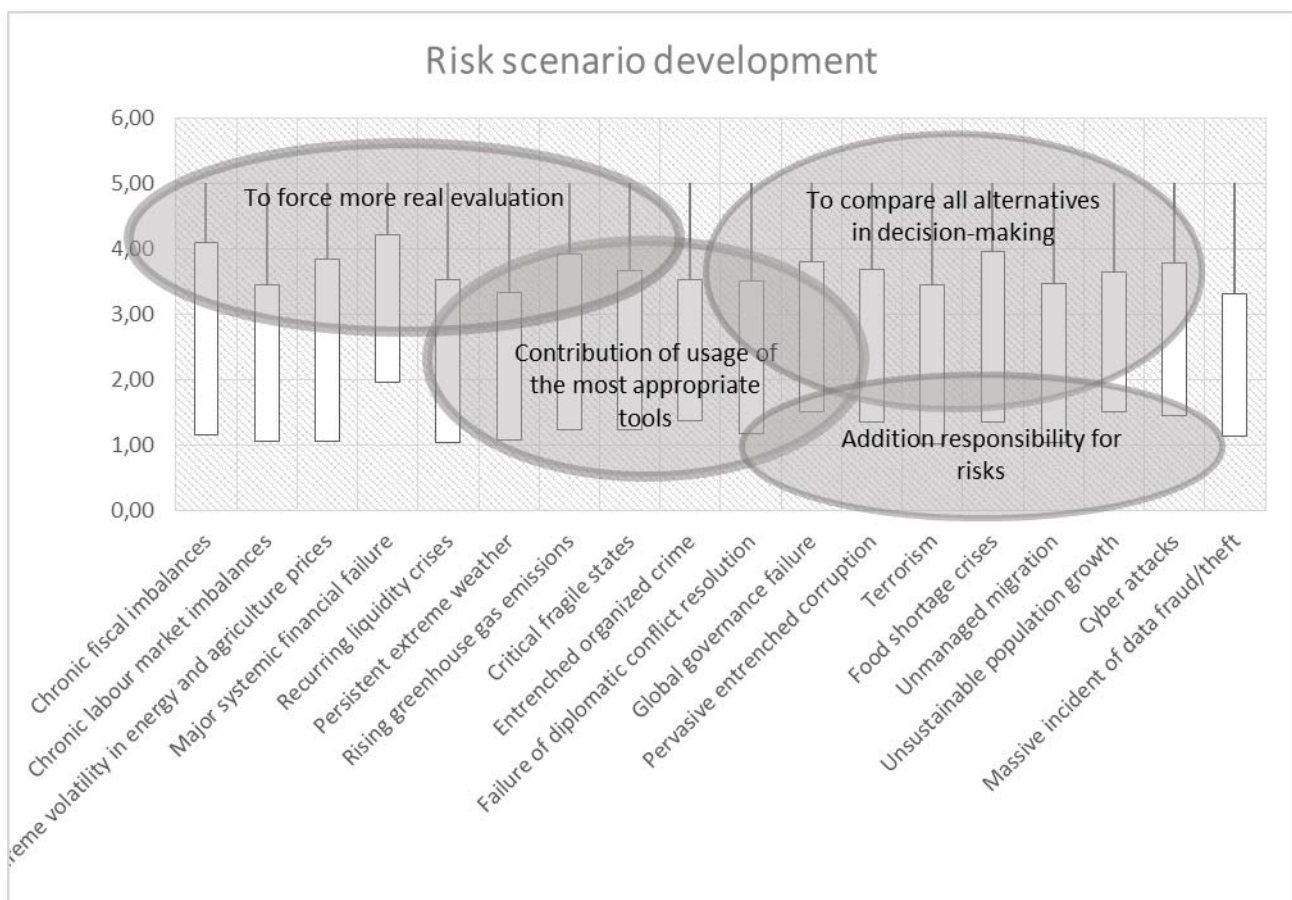


Figure 1. Risk scenario development

CONCLUSION

Based on the above-mentioned scientific approaches, we have defined significant benefits in the area of companies identified by different types of risks: contribution of usage of the most appropriate tools, to force more real evaluation, to compare all alternatives in decision-making and addition responsibility for risks. On the other side, we graphically indicated dependence of country risk in relation to probability with difficulty of economic loss. An optimistic and pessimistic scenario is developed for each risk. The chart shows the most expected scenario development, which is cost-priced. Each risk is defined over time compared to previous years. The risks are divided into two main groups: Economic and Technological risks. The characteristic is composed of probability and severity. All monitored risks are ranked

according to their values in the graph, where the Y-axis is the quantified estimate of the severity and the probability of impact on the capital structure.

References:

1. Allen D. Risk Management in Business - Cambridge University Press.: Cambridge, 1995. - 78 p.
2. Davies D. Holistic Risk Management - Project Today, 2000. - 10-11. p.
3. Frynas J.G. - Mellahi K. Political risks as firm-specific (dis)advantages: evidence on transnational oil firms in Nigeria: Thunderbird International Business Review: Wiley Periodicals, Inc., 2003. – 565. p.
4. Gertler, Ľ. - Sivák, R. - Kiseľáková, D. (2017) Assessing explanatory power of household debt for house prices. In Ekonomický časopis: journal for economic theory, economic policy, social and economic forecasting. SAV, 2017. pp. 355-369.
5. Gorrod M. Risk management systems: technology and trends - Basingstoke: Darst Macmillan, 2004. - 301 p.
6. Greene M.R. The effect of insurance settlements in a disaster - American Risk and Insurance Association: Journal, v. 31 no. 3. - 381-391 p.
7. Hamilton D.T. - Cantor R. Measuring Corporate Default Rates, Moody's Special Comment, New York, 2006.
8. Jaafari, A. Management of Risks, Uncertainties and Opportunities on Projects: Time for fundamental shift - International Journal of Project Management, Vol 19, 2001. - 89-101 p.
9. Jančovičová Bognárová, K. Analysis of the Relationship Between Economic Value Added and Market Value Added. In Challenges of the Knowledge Society (CKS) 2017, pp 793-796.
10. Kaldor N. Economic Growth and Cyclical Fluctuations - Economic Journal, Vol. 67, 1960. - 26 p.
11. Kräussl R. Sovereign risk, credit ratings and the recent financial crises in emerging markets. Frankfurt am Main, Knapp, 2003. – 220 p.
12. Kušnírová, J. - Válek, J. The Effectiveness of Recovery Tax Arrears in the Slovak Republic. In Journal of Emerging Issues in Economics, Finance and Banking. J. A. Alpha Business Research & Publishers. 2018, pp. 2594-2606.
13. Pearson, Neil. D. Risk budgeting: portfolio problem solving with value-at-risk. New York: Wiley, 2002. – 336 p.
14. Tversky A. Fox C.R. Weighing risk and uncertainty - Psychological Review, Vol. 102(2), 1995. - 269-283 p.
15. Wharton F. Risks: Analysis, assessment, and management - John Wiley & Sons, Chichester, 1992. - 220 p

Zakharov Aleksandr
postgraduate
*Institute of Market Problems and Economic and Ecological
Research of NAS of Ukraine (Ukraine, Odessa)*

DEVELOPMENT OF BUSINESS ENVIRONMENTAL TRANSFORMATION POLICY IN THE CONTEXT OF INNOVATIONAL TECHNOLOGY MARKET DEVELOPMENT

Захаров О.В.
аспірант

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України

РОЗРОБКА ПОЛІТИКИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМНИЦЬКОГО СЕРЕДОВИЩА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

***Abstract.** The article deals with the theoretical basis for the development of mechanisms for the transformation of the business environment in the context of the development of the information technology market in Ukraine.*

***Key words:** state policy, business environment, information technology market, innovative technologies.*

***Анотація.** У статті розглянуто теоретичне підґрунтя розробки механізмів трансформації підприємницького середовища в контексті розвитку ринку інформаційних технологій в Україні.*

***Ключові слова:** державна політика, підприємницьке середовище, ринок інформаційних технологій, інноваційні технології.*

Світова економіка, вступаючи в постіндустріальну епоху, активно перетворює звичні форми економічних відносин, формує нові механізми підприємницької діяльності, трансформує стиль і спосіб життя. Інновації стають визначальним фактором розвитку і трансформації економіки, виступаючи в ролі каталізатора при адаптації економіки окремих країн до стрімко мінливих умов загальносвітової.

При цьому основним інструментом інноваційних перетворень стають інноваційні технології. Саме новітні розробки, захищені патентами, можуть сприяти ефективному інноваційному розвитку країни. Країни - світові технологічні лідери формують високу частку доданої вартості за рахунок використання результатів інтелектуальної діяльності (якими є інноваційні технології), при цьому міжнародний поділ праці відбувається не під дією природних розходжень у сировинних ресурсах, а на базі використання інтелектуального потенціалу, людського капіталу і високого технологічного рівня виробництва.

Однією з необхідних умов інноваційного розвитку є цивілізований ринок інноваційних технологій, як на міжнародному, так і на національному, і регіональному рівнях. Про це свідчить і успішний закордонний досвід ряду країн (США, Японії, ФРН, КНР тощо).

Вищевикладене свідчить про те, що особливу актуальність здобуває питання найбільш ефективного використання і реалізації науково-технічних досягнень, що безпосередньо пов'язано з розвитком ринку інноваційних технологій, який має забезпечувати дієвий механізм передачі нових наукомістких технологій до реального сектору економіки країни.

Особливу роль у розвитку інноваційної економіки, як показує досвід передових країн, відіграє підприємницька діяльність. Підприємництво, за своєю суттю, є інноваційним типом відтворення, а підприємницький сектор виступає найбільш активною частиною інноваційної системи. Інновації для підприємницьких структур виступають в якості основи досягнення їх конкурентоспроможності та забезпечення довгострокового економічного зростання.

У той же час підвищення ефективності діяльності підприємницьких структур виступає в якості одного з найважливіших чинників, що забезпечують стійкі темпи зростання економіки країни в цілому, і тому необхідно досягнення оптимальної взаємодії держави і підприємництва при здійсненні інноваційного процесу. Іншими словами, необхідно формування нового регуляторного середовища, що забезпечує сприятливий правовий режим для виникнення і розвитку сучасних технологій, а також для здійснення економічної діяльності, пов'язаної з їх використанням.

Результати, отримані нами, свідчать, що підприємницькі структури, які виявляють інноваційну активність, впроваджуючи один або кілька нових продуктів, у більшій мірі чутливі до якості підприємницького середовища, ніж неінноваційні підприємства. Крім того, обсяг інновацій на підприємствах вище в країнах, де ключові економічні інститути працюють ефективніше (це виражається, наприклад, в низькому рівні корупції і жорсткому дотриманні законів), де наявна висококваліфікована робоча сила, а також є більш широкий доступ до фінансування і високоякісної інформації, поряд з інфраструктурою для інформаційно-комунікаційних технологій.

Таким чином, в умовах настійної необхідності модернізаційних перетворень економіки для виходу на траєкторію сталого розвитку відповідно векторів розвитку згідно Указу Президента України № 5/2015 від 12.01.2015 «Про стратегію сталого розвитку «Україна-2020», актуальним дослідницьким завданням стає розробка механізмів трансформації підприємницького середовища в контексті розвитку ринку інноваційних технологій.

Для України процес формування ринку інноваційних технологій має бути другим етапом після формування ринку інноваційних товарів, у силу того, що наша країна ще не досягла світового технологічного рівня. Тому на першому етапі необхідно сформувати систему технологічного підприємництва в контексті підвищення енергоефективності та ресурсозбереження та впровадити державну політику розвитку внутрішнього ринку інноваційних товарів, що дозволить створити базу для розвитку внутрішнього ринку інноваційних технологій.

Тому найважливішим завданням державного регулювання на цьому етапі має бути розробка державної політики розвитку внутрішнього ринку інноваційних товарів, яка має будуватися на методологічних принципах [1]:

– індивідуальної спрямованості - виявлення і підтримка талантів, створення умов для реалізації їх творчого потенціалу, створення механізмів формування технологічних підприємств і підприємницьких структур;

– управління пріоритетами - перехід до управління через формування цілепокладання, пропозиції дослідникам завдань і орієнтирів, що відповідають інтересам ключових суб'єктів економіки і соціальної сфери, що забезпечують свободу вибору форм, способів організації і самоорганізації у вирішенні таких завдань;

– стабільності - забезпечення мінімізації ризиків погіршення умов ведення продуктивної підприємницької, наукової, технологічної діяльності;

– ефективного регулювання та якісного сервісу - створення умов, які максимально сприяють веденню ефективної підприємницької, наукової, технологічної діяльності і стимулюють попит на її результати;

– саморегулювання і самоорганізації - надання можливостей самоорганізації дослідників, інженерів, технологічних підприємств і переважна підтримка наукових, науково-технічних програм і проектів, що реалізуються дослідними мережами, дослідницькими університетами, консорціумами тощо;

– активної комунікації - стимулювання і сприяння масштабній взаємодії дослідників з суспільством, підприємництвом, державою, в тому числі з використанням сучасної науково-технологічної інфраструктури;

– прозорості та відкритості – забезпечення доступності інформації про дослідників, технологічних підприємств, отриманих ними результатах і досягненнях;

– доступності ресурсів - забезпечення швидкого, відкритого, прозорого доступу дослідницьких груп і технологічних підприємств до всіх видів ресурсів (фінансових, кадрових, інфраструктурних, інформаційних, виробничих тощо) для реалізації ідей і проектів;

– захисту – забезпечення гарантованої підтримки інтересів національних наукових організацій і технологічних підприємницьких структур при їх виході на зарубіжні ринки, в тому числі в частині захисту прав інтелектуальної власності.

Крім того, державна політика має вирішувати такі завдання [2]:

– створення умов для науково-технічної творчості, забезпечення привабливості кар'єри вченого, інженера, технологічного підприємця;

– інституційна трансформація системи досліджень і розробок відповідно до сучасних тенденцій організації наукової діяльності;

– створення ефективної системи комунікації організацій, що здійснюють дослідження і розробки, між собою і з іншими суспільно-соціальними, підприємницькими та державними інститутами;

– посилення впливу науки на суспільство, включаючи формування технологічної культури, змісту освіти та потреб в інноваціях;

– збільшення привабливості і захищеності інвестицій в дослідження і розробки, формування нових інструментів і джерел їх фінансування;

– формування відкритої, високотехнологічної системи державного управління технологічним розвитком, яка характеризується зміщенням акцентів

від прямого управління до цілепокладання, регулювання і сервісного забезпечення.

Література:

1. Бутенко А.І., Шлафман Н.Л., Бондаренко О.В. Концепція формування системи технологічного підприємництва в Україні // Економічний вісник Донбасу. 2017. №1 (47). С. 31-38.
2. Формування системи технологічного підприємництва в Україні: теоретико-методичні засади: монографія / [Бутенко А.І., Шлафман Н.Л., Уманець Т.В. та ін.]; НАН України, Ін-т пробл. ринку та екон.-екол. дослідж. – Одеса: ІПРЕЕД НАНУ, 2018. – 128 с. ISBN 978-966-02-8611-5.

Laptiev Viacheslav
PhD in Economics, Associate Professor,
Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine

COMPONENTS AND METHODOLOGICAL APPROACH TO IDENTIFYING PROBLEMS OF HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT

Лаптев В.І.

кандидат економічних наук, доцент,
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця, Україна

СКЛАДОВІ ТА МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ПРОБЛЕМ РОЗВИТКУ ЛЮДСЬКИХ РЕСУРСІВ

***Abstract.** The article considers the components of problem-oriented development of human resources and determines the essence and interconnection of the main categories of human resource management in the conditions of the transformational economy. The methodical approach to identification of problems of development of human resources at the national, regional levels and the level of an individual enterprise is developed, on the basis of which the directions of their overcoming and development of preventive measures are formed.*

***Key words:** human resources, components of development, problem-oriented approach, methodical approach, identification of problems.*

***Анотація.** В статті розглянуто складові проблемно-орієнтованого розвитку людських ресурсів та визначено сутність та взаємозв'язок основних категорій управління людськими ресурсами в умовах трансформаційної економіки. Розроблено методичний підхід до ідентифікації проблем розвитку людських ресурсів на національному, регіональному рівнях та рівні окремого підприємства, на основі чого формуються напрями їх подолання та розробки превентивних заходів*

***Ключові слова:** людські ресурси, складові розвитку, проблемно-орієнтований підхід, методичний підхід, ідентифікація проблем.*

Розвиток людських ресурсів в реаліях сучасних соціально-економічних перетворень є необхідною умовою створення нових конкурентних переваг на всіх економічних рівнях: національному, регіональному та на рівні окремих вітчизняних підприємств. Досягнення наведених цілей стає можливим за умови комплексного підходу до розвитку людських ресурсів на макро-, мезо- та мікрорівні на основі проблемно-орієнтованого підходу.

Важливим критерієм успіху на шляху розвитку людських ресурсів є ідентифікація проблем в соціально-економічній сфері та розробка напрямів розвитку спрямованих на їх вирішення та активізацію дій з запобігання появи нових проблем та ескалації вже існуючих.

Метою статті є обґрунтування сутності та складових проблемно-орієнтованого розвитку людських ресурсів в умовах трансформаційної економіки, а також розробка методичного підходу до ідентифікації проблем розвитку людських ресурсів на національному, регіональному рівнях та рівні окремого підприємства, на основі чого формуються напрями їх подолання та розробки превентивних заходів.

Місце розвитку людських ресурсів в управлінні з урахування проблемно-орієнтованого підходу наведено на рис. 1.



Рис. 1. Взаємозв'язок основних категорій розвитку людських ресурсів

Такий підхід відображає ідею розглядання розвитку як функціональної складової управління. На основі ідентифікації проблем, по-перше, у розвитку людських ресурсів та, по-друге, у соціально-економічному становищі на всіх економічних рівнях формуються напрями проблемно-орієнтованого розвитку людських ресурсів.

Систему категоріального апарату розвитку людських ресурсів складають такі поняття як: «людські ресурси», «розвиток людських ресурсів», «проблемно-орієнтований розвиток людських ресурсів», «Проблемно-орієнтована система розвитку людських ресурсів» (рис. 2) [1-4].

Розвиток людських ресурсів на макро-; мезо-; та мікрорівні має пріоритетне значення в успішній реалізації всіх реформ та трансформаційних процесів країні, та є необхідною умовою зміцнення конкурентної позиції та підвищення конкурентоспроможності України на міжнародній арені.

Процес оцінювання стану розвитку людських ресурсів в Україні має значення на сучасному етапі соціально-економічних перетворень за наступних причин:

по-перше, – це ідентифікація проблем розвитку людських ресурсів на всіх рівнях управління, що дає змогу визначити слабкі місця та переваги країни, її регіонів та вітчизняних підприємств у використанні трудового, інтелектуального та ін. потенціалів;

по-друге, систематична комплексна оцінка стану розвитку людських ресурсів дозволяє визначити показники, критерії оцінка, які можуть бути покладено у систему критеріїв ефективності використання людських ресурсів;

по-третє, саме ідентифіковані проблеми лежать в площині проблемно-орієнтованого підходу до управління людськими ресурсами та є базою для формування системи пороблено-орієнтованого управління персоналом;

по-четверте, результати оцінки розвитку людських ресурсів є базою для розробки національної та регіональних стратегій управління людськими ресурсами, корегування напрямів розвитку людських ресурсів тощо.



Рис. 2. Взаємозв'язок категорій теорії проблемно-орієнтованого розвитку людських ресурсів

З цією метою в роботі розроблено методичне забезпечення оцінювання стану розвитку людських ресурсів в Україні (рис. 3).

Проблемно-орієнтований розвиток людських ресурсів на всіх економічних рівнях передбачає підхід до управління ресурсами, що базується на гіпотезі існування проблем розвитку та використання трудового потенціалу країни, регіону, підприємства, які вимагають аналізу і прийняття обґрунтованих управлінських рішень на національному та регіональному рівні в рамках компетенцій органів влади, а також відповідних підрозділів підприємств.

Подальші наукові дослідження спрямовані на розробку методології напрямів проблемно-орієнтованого розвитку людських ресурсів на різних економічних рівнях.

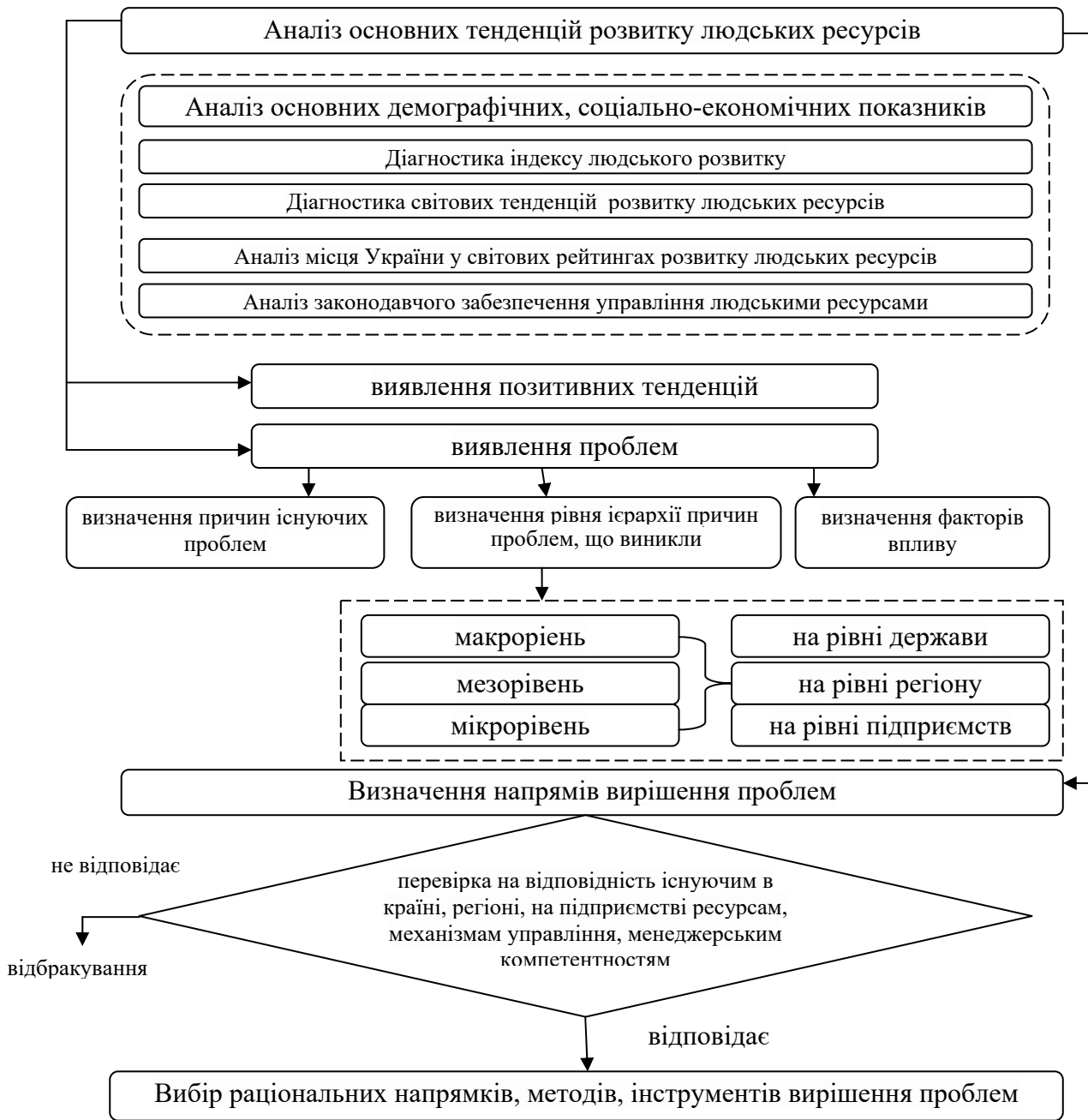


Рис. 3. Методичне забезпечення ідентифікації проблем розвитку людських ресурсів

References:

1. Маркова Н.С. Аналіз науко-методичних підходів до визначення категорії “розвиток персоналу” // Економічний простір. 2010. - № 42. - С. 247-256.
2. Назарова Г. В. Формування та розвиток людського капіталу корпоративних підприємств. Наукове видання / Г. В. Назарова, Н. Л. Гавкалова, Н. С. Маркова. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2006 - 240 с.
3. Управление персоналом организаций: учебник / Под ред. А.Я. Кибанова. – 3-е изд., доп. и перераб. – М. : ИНФРА-М, 2010. – 638 с.
4. Ожегов С. И. Толковый словарь русского языка [Текст] / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : Азбуковник, 2001. – 944 с.

Shtoka Yevgen
postgraduate
*Institute of Market Problems and Economic and Ecological
Research of NAS of Ukraine (Ukraine, Odessa)*

FORMATION OF MECHANISM FOR REALIZATION OF THE STATE POLICY FOR DEVELOPMENT OF THE INTERNAL MARKET OF INNOVATIVE GOODS

Штока Є.Т.
аспірант
*Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень
Національної академії наук України*

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМУ РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ІННОВАЦІЙНИХ ТОВАРІВ

***Abstract.** The article deals with theoretical and methodical problems of forming a mechanism for implementation of the state policy of development of the domestic market of innovative goods in Ukraine.*

***Key words:** mechanism of realization, state policy, internal market of innovative goods, concept, process and information approaches.*

***Анотація.** У статті розглянуто теоретико-методичні проблеми формування механізму реалізації державної політики розвитку внутрішнього ринку інноваційних товарів в Україні.*

***Ключові слова:** механізм реалізації, державна політика, внутрішній ринок інноваційних товарів, концепція, процесний і інформаційний підходи.*

Важливими засобами здійснення Порядку денного стійкого розвитку на період до 2030 року є, серед іншого, технології й інновації, оскільки вони здатні стимулювати технологічне підприємництво, що відіграє особливу роль у розвитку інноваційної економіки. Одним із ключових елементів успішної стратегії індустріалізації також є динамічні технологічні підприємницькі структури. Адже підприємництво, за своєю суттю, є інноваційним типом відтворення, а підприємницький сектор виступає найбільш активною частиною інноваційної системи країни. Швидкі темпи економічного розвитку в країнах з ринковою економікою, а також транскордонна діяльність транснаціональних корпорацій і подальша фрагментація глобальних ланцюжків доданої вартості також сприятимуть більш широкому розподілу по земній кулі діяльності в області науково-технологічного розвитку. Тому для України нагальною потребою стає вдосконалення механізмів реалізації державної політики розвитку внутрішнього ринку інноваційних товарів. Ми базуємо розуміння цього ринку на визначенні Бутенко А.І., Шлафман Н.Л. та ін. [1] як системи організаційно-економічних відносин між технологічними підприємцями, які створюють інноваційні продукти на основі нових ідей, та споживачами цих продуктів. Таким чином, можемо констатувати, що найдоцільніше, для досягнення мети нашого дослідження (тобто формування механізму реалізації

державної політики розвитку внутрішнього ринку інноваційних товарів) це побудова концепції такого механізму на основі системного поєднання інформаційного та процесного підходів. Крім того, враховуючи необхідність узгодження інтересів усіх суб'єктів ринку інноваційних товарів, що впливає з власне його визначення, доцільно обирати створення комплексного механізму, який буде включати, як механізм управління, як інструмент впливу, так і механізм взаємодії, як інструмент взаємодії всіх суб'єктів ринку. Отже, метою такого механізму буде розвиток внутрішнього ринку інноваційних товарів на базі узгодження інтересів його суб'єктів. Іншими словами, основне завдання полягає в тому, щоб розробити механізм, який би забезпечував створення таких умов, при яких би досягався максимум ефективності системи взаємодії суб'єктів ринку. Тобто, мета механізму - створити умови, в яких суб'єкти ринку змогли б прийти до згоди щодо нових умов, які забезпечують координацію і кооперацію, а не антагонізм. Зважаючи на викладене, принципами побудови механізму мають бути:

- принцип адаптивності: механізм повинен швидко реагувати на зміни зовнішніх та внутрішніх факторів;
- принцип цілісності: механізм повинен мати стійкі, довготривалі зв'язки, які можуть витримувати зовнішні та внутрішні навантаження;
- принцип самоорганізації: забезпечення можливості всім суб'єктам обирати і поєднувати напрями, форми взаємодії, методи вирішення задач;
- принцип захисту власності: будь-яка власність всіх суб'єктів ринку, особливо інтелектуальна, має бути захищеною;
- принцип захисту інвестицій: інвестиції у наукові дослідження, технологічне підприємництво, тощо всіх суб'єктів ринку мають бути захищеними;
- принцип технологічності: елементи механізму та їх взаємозв'язки мають бути побудованими на інноваційно-інформаційних засадах;
- проектний принцип: декомпозиція цілей і їх досягнення у рамках проектів (в тому числі – національних, регіональних, галузевих тощо);
- принцип узгодження інтересів: алгоритм дій суб'єктів ринку має передбачати досягнення узгодження і реалізації інтересів;
- принцип бюджетної ефективності: необхідно уникнути низької ефективності бюджетних витрат (тобто поточного недофінансування державних цільових і бюджетних програм, що робить непрогнозованим їх бюджетування і реалізацію; порушення принципу пріоритетності фінансування бюджетних програм внаслідок лобіювання інтересів окремих міністерств і відомств; розмитості формулювання цілей у бюджетних програмах, що унеможлиблює визначення критерію їх ефективності; імітації показників результативності, коли в якості індикаторів вибираються такі показники, які можуть бути легко досягнуті, але при цьому вони не несуть ніякого економічного змісту).

Механізм реалізації можемо представити як цілісну систему, яка складається з: об'єкту – ринку інноваційних товарів; центру – державних органів, які здійснюють функції щодо формування та корекції правил гри (у

нашому випадку – щодо вдосконалення підприємницького середовища); бажаного результату – розвитку та ефективного функціонування ринку інноваційних товарів; алгоритму дій, факторів та елементів, які забезпечать активний зворотний зв'язок суб'єктів і центру.

Зовнішні фактори, які впливають на роботу механізму, доцільно визначити як:

- фактор невизначеності, пов'язаний з турбулентними процесами у світовій та українській економіці;

- фактор соціального середовища: чисельність і структурний склад населення, рівень освіти та охорони здоров'я;

- фактор регуляторного середовища: законодавче регулювання підприємницької діяльності, підвищення вимог з боку державних установ, антимонопольна, фінансова і митна політика; участь держави у виробництві і реалізації продукту; патентно-ліцензійна політика; соціальна політика; політика в області безпеки. Раптові зміни політичних ситуації в країні можуть призвести до зміни умов господарювання, підвищення ресурсних витрат, втрати прибутку тощо;

- фактор економічного середовища: рівень, динаміка і структура валового внутрішнього продукту (ВВП); рівень, джерела і розподіл національного доходу; тенденції економічного зростання (або падіння); рівень і темпи інфляції, тенденції розвитку окремих галузей; попит і пропозиція на ринках; платоспроможність контрагентів, рівень і динаміка цін; безробіття і коливання курсу національної валюти щодо валют інших держав, система оподаткування та кредитування, тощо. Рівень економічного розвитку країни визначає умови функціонування її ринків.

Основним внутрішнім фактором, який впливає на роботу механізму, на нашу думку, є наявність (або відсутність) науково-технічної інфраструктури, яка складається з таких частин:

- нормативно-правова: законодавча і нормативно-правова база, що забезпечує функціонування всієї наукової інфраструктури в комплексі; законодавча і нормативно-правова база, що забезпечує функціонування механізму державно-приватного партнерства, законодавча і нормативно-правова база, що забезпечує охорону прав інтелектуальної власності;

- організаційна: державна система планування і прийняття рішень в області науки і техніки; державні виконавчі органи, що забезпечують реалізацію прийнятих рішень в області науки і координацію роботи дослідних установ різної відомчої приналежності; організаційна структура державних і приватних дослідницьких установ;

- фінансова: законодавчо закріплена система державного фінансування наукових досліджень фундаментального і прикладного характеру всіх рівнів через відповідні міністерства і відомства (базове фінансування); система прийому заявок на фінансування наукових досліджень з державних фондів; система конкурсного цільового фінансування створення нових об'єктів наукової інфраструктури; грантова система фінансової підтримки молодих учених,

провідних вчених, провідних наукових шкіл і наукових колективів; система державного стимулювання приватних інвестицій в наукові дослідження;

– виробничо-технологічна: індустріальні парки на базі збиткових промислових підприємств; технопарки; інноваційно-технологічні центри; центри трансферу технологій;

– інформаційна: система державних реферованих наукових видань; державна система науково-технічної інформації; міжнародна експертиза проектів і ходу їх виконання в області фундаментальних досліджень; державна система забезпечення прав інтелектуальної власності на результати науково-технічної діяльності; приватні і державні медіа-продукти для висвітлення розвитку технологічного підприємництва в країні та світі;

– експертно-консалтингова: організації, що забезпечують проведення оцінок і аудиту технологічних проектів (due diligence).

Література:

1. Butenko A.I., Shlafman N.L., Bondarenko E.V., Annaev B. Improvement of the state policy of innovative goods market in Ukraine. *Research and Innovation: Collection of scientific articles*. - Yunona Publishing, New York, USA, 2019. P. 12.

WORLD ECONOMY

Martin Grešš

Faculty of International Relations
University of Economics in Bratislava, Slovakia

CAN LDC COUNTRIES CATCH UP WITH OECD COUNTRIES BY THE END OF THIS CENTURY?

Abstract. *The aim of the paper is to determine whether low-income (LDC) countries are able to achieve the living standard of developed economies (OECD countries), based on past levels of GDP p. c. and with the use of compound interest, by the end of this century. We try to answer the following question: Will the LDC countries reach the future living standards of developed economies by the end of this century? We conclude that, on the basis of developments in the years 2000-2017, LDC countries will not reach expected future income of OECD countries by the end of this century.*

Key words: *developed economies, GDP p.c., LDC, living standard*

Introduction

According to the statistics, 1% of the world's population owns an asset that equals nearly 50% of the world's population (Treanor, 2015). Thus, income inequality and poverty have become one of the global challenges facing humanity in the early 21st century.

As the standard of living is largely determined by the level of economic growth and productivity, we ask whether the LDC countries are able to catch up with the developed economies. According to Thirlwall and Pacheco-López (2017), there are three possible mechanisms by which catch up may occur:

1. Productivity gap – the larger the gap between a poor country's technology, productivity and per capita income and the level of productivity in advanced countries, the greater the scope for a poor country to absorb existing technology and catch up with richer countries. Technology is thought of as a public good, so for a given amount of technological investment, a poor country can reap high returns because it has paid none of the development costs.

2. Resource shift – the process of development is characterized by a shift of resources from low-productivity agriculture to higher productivity industrial and service activities. Other things being equal, this should also produce a move towards convergence, to the extent that the resource shifts are greater in poor countries than in rich countries.

3. Diminishing returns – neoclassical growth theory predicts convergence because of the assumption of diminishing returns to capital. Rich countries with a lot of capital per head will have a lower productivity of capital than poor countries. Thus, if tastes and preferences are the same, the same amount of saving and investment in poor countries should lead to faster growth than in rich countries.

Above points suggest that poor countries are able to achieve higher economic growth gains than richer countries, which should inevitably lead to convergence. In terms of the effect of catching up with richer countries, works by Baumol, Dowrick, Pritchett and Zind are interesting. Baumol (1986) showed a strong inverse correlation

between a country's productivity level and its average productivity growth among industrial countries and those at an intermediate stage of development, but no evidence of convergence as far as the poorer countries are concerned. Dowrick (1992) also showed that while there was some evidence of catch up in the 1970s and 1980s, when the growth rates were negatively related to initial levels of productivity, but noted that other factors caused per capita income growth to be faster the higher the level of per capita income, producing a divergence of living standards across the world. Pritchett (1997) analyzed 117 countries over the period 1960–88 and found no evidence of unconditional convergence. Zind (1991) focused on 89 developing countries and found no evidence of overall convergence, but there was some evidence of convergence taking place between countries with relatively high per capita incomes.

The aim of the paper is to determine whether low-income (LDC) countries are able to achieve the living standard of developed economies, based on past levels of GDP p. c. and with the use of compound interest, by the end of this century.

In view of the above goal, we formulate following question: Will the LDC countries reach the future living standards of developed economies by the end of this century?

Methodology

For our analysis, we used the data provided by World Bank (2019). We based our analysis on data covering the period 2000 – 2017 and two basic indicators – GDP per capita in current USD and annual GDP per capita growth. GDP per capita is gross domestic product divided by midyear population. GDP is the sum of gross value added by all resident producers in the economy plus any product taxes and minus any subsidies not included in the value of the products. It is calculated without making deductions for depreciation of fabricated assets or for depletion and degradation of natural resources. Data are in current U.S. dollars. Annual percentage growth rate of GDP per capita is based on constant local currency. Aggregates are based on constant 2010 U.S. dollars.

In the analysis and answering the question formulated in the introduction, we use the following formula from financial mathematics:

$$S_{OECD}(1+r_{OECD})^n = P_{LDC}(1+r_{LDC})^n \quad (1)$$

where S_{OECD} is the current GDP p. c. for OECD countries, P_{LDC} is the current GDP p. c. for LDC countries, r is the growth rate and n the number of years.

After editing (1) and for expressing n we get the equation:

$$n = \frac{\log(S_{OECD}/P_{LDC})}{\log(1+r_{LDC}) - \log(1+r_{OECD})} \quad (2)$$

Results

Figure 1 presents the development of GDP per capita growth in both LDC and OECD countries for the whole observed period of 2000-2017. We note the higher starting position at the beginning of the 21st century for OECD countries. However, the annual growth rates were higher for the group of LDC countries with the annual average of 3.23% compared to 1.14% for the group of OECD countries suggesting the possible convergence of GDP per capita for both groups of the countries. We note

much higher growth rates prior to the global crisis in the LDC countries with peak in 2007 at 5.95%. During the period of 2004-2008, the OECD countries were lagging behind in the growth of GDP per capita. Even though there was a decline in the growth rate for LDC countries during the crisis (2008-2009), the growth rate was still positive unlike the development in the OECD countries, where the decline was recorded of -0.59% in 2008 and -4.23% in 2009. In the second decade of the 21st century, the growth rates were evolving in the similar way with higher rate for LDC countries. Based on this development, we try to find the answer to the question from the introduction whether the LDC countries will be able to converge and catch up with the future level of GDP per capita of the OECD countries before the end of this century.

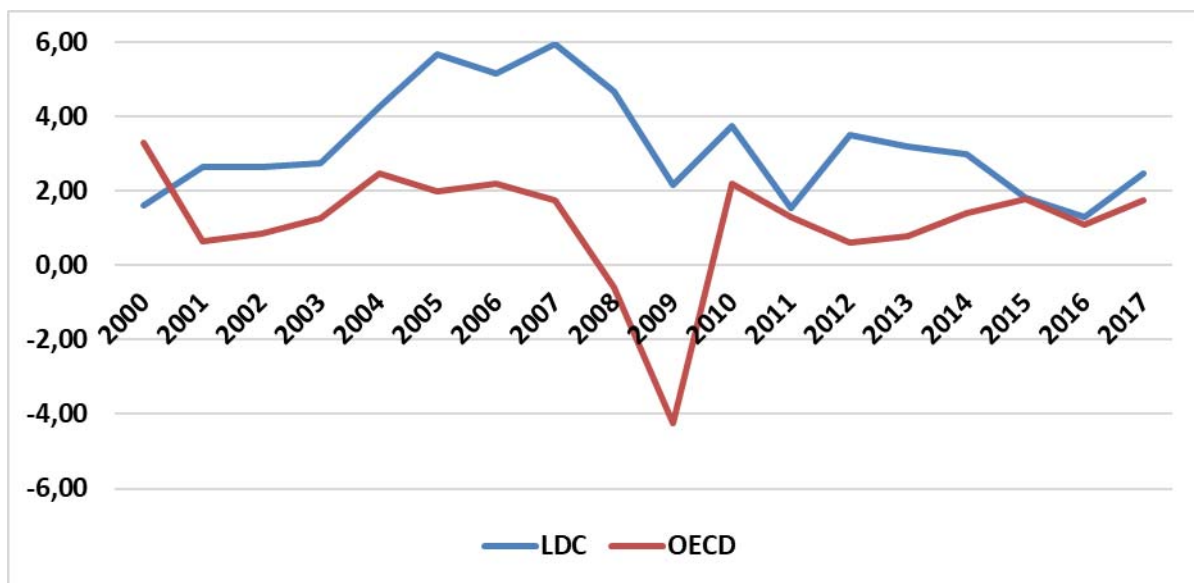


Figure 1. GDP per capita growth 2000-2017, %

Source: Own calculations based on World Bank (2019).

In our analysis we consider two scenarios. The first scenario is based on hypothetical situation of difference between the average annual growth rates between LDC countries and OECD countries by 1%. The second scenario is based on actual data provided by the World Bank (2019) – actual average annual growth rates for both groups. For calculations, we used the latest known data for GDP p.c. (year 2017) for both groups, with LDC countries having 1 071.44 USD and OECD countries 38 151.36 USD (World Bank, 2019). The average annual growth rates for the observed period (2000-2017) were 3.23% for LDC countries and 1.14 for OECD countries (World Bank, 2019).

Table 1

Catching up timespan

	GDP p.c. 2017 (USD)	GDP p.c. average growth rate 2000-2017 (%)	Scenario 1	Scenario 2
OECD	38 151.36	1.14		
LDC	1 071.44	3.23	369.76 years	174.66 years
Catch up occurs in year:			2386	2191

Source: Own calculations.

Table 1 shows the results for both scenarios. In case of hypothetical scenario with 1% difference in growth rates for both LDC and OECD countries (we delimited the rates as 4% for LDC countries and 3% for OECD countries), the former should achieve the future living standard of the latter in almost 370 years, i.e. in the year 2386 (base year was 2017 as a year with last official data for both GDP p.c. and GDP p.c. growth).

Second scenario uses real data from World Bank (2019). We note higher average annual growth rate of GDP p.c. for LDC countries at 3.23% for the observed period of 2000-2017 and significantly lower growth rate for OECD countries at 1.14% in the same period. Based on the averages, one may conclude that there will be convergence between these two groups and LDC countries will eventually reach the future living standard, measured by GDP p.c., of OECD countries. The results (see table 1, column Scenario 2), however, show that this convergence will take almost 175 years and LDC countries will then reach the future living standard of OECD countries in the end of the 22nd century (year 2191). Even if we consider the scenario where OECD countries have a zero growth rate in the future, it would take LDC countries 112 years to reach the current living standard of OECD countries, i.e. they will reach it no sooner than in 2129.

Conclusion. The aim of this article was to determine whether LDC countries are able to achieve the living standard of OECD countries by the end of this century. Based on the results presented above, we conclude that with actual growth rates for both LDC and OECD countries, it would take almost 175 years for LDC countries to catch up with future living standard of OECD countries, meaning that they will get to the level of OECD GDP p.c. in the end of the 22nd century in year 2191. However, we remind that this will not be the case in the economic reality of the world economy since we assume in our calculations fixed growth rates of GDP p.c. based on annual growth rates between 2000-2017. On the other hand, if the development of the growth rates for both groups of countries continues, we can conclude that the convergence of these two groups will eventually happen, albeit in the long run. Therefore we conclude that in case of future development similar to the development between 2000-2017, LDC countries will not reach the future living standard of OECD countries by the end of this century.

References:

1. Baumol, W. J. (1986). Productivity growth, convergence and welfare: What the long-run data show. In: *American Economic Review*, 1986, roč. 76, č. 5, s. 1072-1085.
2. Dowrick, S. (1992). Technological catch-up and diverging incomes: Patterns of economic growth 1960-1988. In: *The Economic Journal*, 1992, roč. 102, č. 412, s. 600-610.
3. Pritchett, L. (1997). Divergence, Big time. In: *The Journal of Economic Perspectives*, 1997, roč. 11, č. 3, s. 3-17.
4. Thirlwall, A. P. – Pacheco-López, P. (2017). *Economics of development: Theory and evidence*. Tenth edition. New York: Palgrave Macmillan, 2017. ISBN 978-1-137-57794-8.
5. Treanor, J. (2015). Half of world's wealth now in hands of 1% of population. Available online: <https://www.theguardian.com/money/2015/oct/13/half-world-wealth-in-hands-population-inequality-report>.
6. World Bank (2019). *World Development Indicators*. [online]. Dostupné na internete: <http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=world-development-indicators>.
7. Zind, R. G. (1991). Income convergence and divergence within and between LDC Groups. In: *World Development*, 1991, roč. 19, č. 6, s. 719-727.

Cherepanova N.A.
Senior Lecturer
Odessa National Polytechnic University, Ukraine

MODERN PHARMACEUTICAL MARKET: FEATURES, COMPETITION AND DEVELOPMENT TRENDS

Черепанова Н.А.
старший преподаватель
Одесский национальный политехнический университет, Украина

СОВРЕМЕННЫЙ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИЙ РЫНОК: ОСОБЕННОСТИ, КОНКУРЕНЦИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

***Abstract.** The article describes the current state of the global pharmaceutical market, the main factors affecting its development, the place and the role of the main countries-producers of pharmaceutical products and trends for further development of this market*

***Keywords:** global pharmaceutical market, competition in the production of medicines*

***Аннотация.** В статье рассмотрено состояние современного мирового фармацевтического рынка, основные факторы, влияющие на его развитие, определено место и роль основных стран-производителей фармацевтической продукции и тенденции дальнейшего развития этого рынка*

***Ключевые слова:** мировой фармацевтический рынок, конкуренция в производстве лекарственных средств*

Мировой фармацевтический рынок является одним из самых сложных и динамично развивающихся составляющих мирового хозяйства. Его возникновение во второй половине XIX века связано с промышленным переворотом, произошедшим в тот период в ряде наиболее развитых стран, а становление и развитие осуществилось в три этапа. На первом, в конце XIX – начале XX вв. началась эпоха массового потребления лекарственных средств в мире. Спрос превышал предложение. Вторым этапом (1920 – 1950 гг.) ознаменовался созданием в фармацевтической промышленности конвейерных производств, что привело к резкому росту объемов производства и проблемам с перепроизводством. Третий этап, начавшийся с 1960-х гг., характеризуется интернационализацией фармацевтического рынка и образованием транснациональных корпораций, что значительно осложнило рыночную ситуацию.

В последние годы выделились и утвердились лидеры мирового фармацевтического рынка, которыми являются США, КНР, Япония. Конкурировать с ними другим странам сложно по очень многим причинам. Прежде всего, это мощная поддержка отрасли со стороны государства. Для примера можно рассмотреть лидеров фармацевтического рынка на период до 2018 года. Первенство тут принадлежит США. Опасения американских фармацевтических компаний, возникшие в начале 2017 г. по поводу того, что новый президент Дональд Трамп планирует ввести меры, сдерживающие рост цен на ЛС, не подтвердились. Наоборот, Трамп назначил министром

здравоохранения и социальных служб господина Alex Azar, бывшего руководящего менеджера компании Elly Lilly. А таким компаниям, как Celgene, Abbvie, Roche, Allergan, Amgen и Novo Nordisk, даже удалось существенно повысить цены на свои инновационные лекарственные средства.

Китайский фармацевтический рынок твердо держит второе место в мировом рейтинге. При этом он растет в два раза быстрее, чем развитые фармацевтические рынки. На съезде правящей коммунистической партии были выдвинуты стратегические цели развития китайского общества, а именно: улучшение качества жизни и здоровья населения. При этом правительство делает ставку на проведение реформы здравоохранения в сфере экспансии и децентрализации системы, новых и повышенных требований к регистрации лекарственных средств, изменения системы ценообразования на лекарственные средства с учетом фармакоэкономических показателей.

Японский фармацевтический рынок сохранил третью позицию в мировом рейтинге. Несмотря на все предпринятые правительством усилия, направленные на сдерживание затрат на систему здравоохранения, затраты на рецептурные лекарственные средства увеличились на 1%. Японское правительство стремится контролировать растущие расходы путем повышения доли генерических препаратов и резкого снижения цен на рецептурные лекарственные средства. Таким образом, доля генериков увеличится с 60 до 80%, а цены на дорогие инновационные лекарственные средства планируется снизить до 50%.

В таких условиях эта тройка лидеров может еще очень продолжительное время удерживать свои позиции.

Серьезную конкуренцию может составить Индия. Активная государственная поддержка позволила индийским компаниям защитить внутренний рынок и существенно увеличить объемы экспорта. Индийский фармацевтический рынок, оценивавшийся в прошлом году в 20 миллиардов долларов, к 2020 году возрастет до 55 миллиардов долларов, говорится в исследовании консалтинговой компании GlobalData. По их прогнозам, совокупный среднегодовой рост фармрынка Индии составит 22,4 %. При этом эксперты сообщают, что экспорт индийских фармацевтических препаратов будет расти медленнее из-за ужесточения правил на рынках России, США и Африки (6).

Особенностью современного фармацевтического рынка является стремительное внедрение нанотехнологий, которые представляют собой совокупность приемов и методов, применяемых при изучении, производстве и использовании наноструктур, устройств и систем, включающих целенаправленный контроль и модификацию формы, размера, взаимодействия и интеграции составляющих их наномасштабных элементов (1-100 нм), для получения объектов с новыми химическими, физическими и биологическими свойствами. Такие качественные изменения увеличивают разрыв между участниками фармацевтического рынка, так как разработка и внедрение нанотехнологий требует огромных материальных затрат. Параллельно продолжается производство и усовершенствование традиционных

лекарственных средств, прежде всего, включающих в свой состав натуральные ингредиенты растительного и животного происхождения.

В этих условиях украинский фармацевтический рынок выглядит очень скромно, даже с учетом того, что уверенно занимает второе место на постсоветском пространстве и характеризуется ежегодным приростом на 20-30%. Важно отметить, что доля украинских производителей на фармацевтическом рынке страны в денежном измерении продолжает увеличиваться. По итогам 2017 года этот показатель составил 43,3% (в 2016 году - 43,0%, в 2015 - 41,5%). В ТОП-6 украинских производителей входят такие компании: Фармак, Дарница, НПЦ БХФЗ, Артериум, КВЗ и Sanofi (Украина) (4).

Успешному развитию украинского фармацевтического рынка препятствует целый ряд серьезных факторов, которые, прежде всего, связаны с экономической ситуацией в стране. Главным является отсутствие серьезной и надежной поддержки со стороны государства, что выражается в недостаточном финансировании новых разработок и внедрению в практику уже существующих, проблемы с кредитованием частных предприятий из-за высокой процентной ставки, зависимость от изменений валютных курсов, неустойчивая политика ценообразования на сырье и готовую продукцию, значительное снижение реальных доходов населения, а также недостаточная поддержка отечественного производителя на законодательном уровне. Кроме того, на формирование качественного и эффективного рынка лекарственных средств оказывает влияние реклама, которая провоцирует часть населения заниматься самолечением, в основном лекарственными препаратами иностранного производства, а не обращаться за консультацией к специалистам. Переходное состояние всей системы здравоохранения также создает определенные трудности в развитии фармацевтической отрасли. Особенно это ощущается в организации системы профилактики сезонных и инфекционных заболеваний, в частности, вакцинации населения, особенно детей, в возрасте до трех лет, когда используются преимущественно дорогостоящие импортные препараты. Все это снижает конкурентоспособность украинских лекарственных средств.

Следует отметить, что на развитие фармацевтического рынка, как и на все мировое хозяйство в целом, большое влияние оказал экономический кризис 2008 года, однако, в тех странах, где поддержка отечественного производителя осуществляется на уровне государственной экономической политики, последствия кризиса удалось в целом вполне успешно преодолеть.

В формировании рынка фармацевтической продукции учитывается значительное количество факторов, характеризующих состояние фундаментальных научных исследований, развития технологий, маркетинговых методов продвижения продукции, финансирование предприятий и многие другие. Однако, следует обратить особое внимание на особенности экономической и социальной политики в отдельных странах, организацию системы здравоохранения, в том числе страховой медицины, менталитет, уровень образования, условия жизни городского и сельского населения, юридическую и нормативную базу создания и распространения лекарственных

средств, которые очень часто и формируют отношение к применению лекарственных препаратов, причем независимо от уровня доходов населения. Все перечисленное существенно влияет на развитие фармацевтических рынков как на уровне отдельных стран, так и мирового хозяйства в целом. Поэтому и требуется комплексная государственная программа поддержки отечественной фармацевтической отрасли, предусматривающая гибкую систему регулирования, прежде всего нормативной и финансовой составляющей функционирования всей системы обеспечения лекарственными средствами населения.

Лекарственные средства занимают все более значимое место в обеспечении безопасности жизни людей в современном мире, в условиях повышения рисков для здоровья вследствие увеличения объемов информации, изменений окружающей среды; характеризуют уровень и качество жизни отдельного человека, семьи, социального слоя, населения страны, а также уровень развитости цивилизации в целом. Именно поэтому, повышая конкурентоспособность фармацевтической продукции, каждая страна, производящая лекарственные средства, тем самым влияет на защищенность и комфортность жизни всех своих граждан, становясь привлекательнее для проживания нынешних и будущих поколений.

Литература:

1. Бестужева И.А. Международный опыт развития фармацевтической отрасли – URL :<https://cyberleninka.ru/article/n/mezhdunarodnyy-opyt-razvitiya-farmatsevticheskoy-otrasli.pdf>.
2. Олейников Д. Мировой рынок медикаментов: оптимистическая статистика - URL: <https://www.apteka.ua/article/32637>
3. Масиенко Ю., Савич А. Фармацевтический рынок - URL: <https://factum-ua.com/press/publications/179/>
4. Алексей Черноротов. Развитие фармацевтического рынка Украины - URL: <http://www.credit-rating.ua/ru/analytics/analytical-articles/14333/>
5. Быстрицкий Л.Д., Перегудова Л.Н., Гришин А.В. Конкурентная среда как фактор совершенствования деятельности фармацевтического предприятия // Успехи современного естествознания. М. – 2003. - № 6. – С. 40-41; URL:<http://www.natural-sciences.ru/ru/article/view?id=14443>
6. Индия фармацевтическая: завоевание глобального лидерства <http://fedpress.ru/article/1648612>,

ENTERPRISES ECONOMICS AND MANAGEMENT

Kotkalova-Lytvyn Inna

Ph.D., Associate Professor

Vinnitsia national agrarian university (Vinnitsia, Kyiv)

INCORPORATION OF THE KEY PROVISIONS OF THE INFORMATION ECONOMY IN FINANCIAL MANAGEMENT BY ENTERPRISE

Котькалова-Литвин І.В.

канд. економ. наук, доцент

Вінницький національний аграрний університет

ІНКОРПОРАЦІЯ КЛЮЧОВИХ ПОЛОЖЕНЬ ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ У СИСТЕМУ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

***Abstract.** The article deals with the main tendencies of the information economy, which affect the approaches to financial management of the enterprise.*

***Key words:** financial management, information economy, information and communication technologies, network structures, informatization.*

***Анотація.** У статті розглянуто основні тенденції інформаційної економіки, які безпосередньо впливають на підходи до фінансового управління підприємством.*

***Ключові слова:** фінансове управління, інформаційна економіка, інформаційно-комунікаційні технології, мережеві структури, інформатизація.*

В сучасному світі спостерігається жорсткий дисбаланс між заможними країнами із сталим економічним розвитком та ресурсозалежними економіками бідних країн. В значній мірі, така асиметрія у темпах економічного розвитку викликана різним рівнем щільності впровадження інновацій, науко-технічний розробок, інформаційно-комунікаційних систем. Відповідно результатів дослідження групи Dell EMC, 71% підприємств втрачають конкурентні позиції через відсутність цифрової трансформації; 96% компаній, які впровадили інформаційні технології у свою діяльність, забезпечили ріст доходності бізнесу вдвічі у порівнянні із минулими роками. Президент компаній Dell EMC, Девід Голден вважає, що за допомогою інвестицій в ІТ-трансформацію підприємства модернізують застарілі виробничі технології, впроваджують нові цифрові ініціативи, прискорюють виведення продуктів на ринок та підвищують конкурентоспроможність підприємства [1].

Система фінансового управління підприємством є сукупністю форм і методів, на основі яких здійснюється управління грошовим оборотом та фінансовими ресурсами [2, с.81]. Така система буде вважатися ефективною лише тоді, коли вона надасть можливість не лише раціонально використовувати наявні ресурси, а й забезпечити системний пошук можливостей подальшого розвитку підприємства [3, с. 104].

Метою фінансового менеджменту є забезпечення діяльності підприємства оптимальним обсягом фінансових ресурсів у кожний конкретний період часу відповідно до напрямів його розвитку, організація формування необхідного

рівня та раціонального використання фінансових ресурсів, максимізація прибутку та забезпечення підвищення ринкової вартості підприємства [4, с.17].

Зміна традиційної парадигми економічної теорії у бік інформаційної економіки докорінно змінює методичні підходи до управління фінансовими ресурсами підприємства. З метою ідентифікації таких змін, розглянемо яким чином трансформується підприємницьке середовище та виокремимо ключові фактори, що обумовлюють зміни у концептуальних підходах до фінансового управління підприємством (Рис. 1).

1. Зменшення значущості розташування виробничих потужностей. Особливістю інформатизації економічних процесів стає нівелювання впливу географічного розташування підприємства на виробництво та збут продукції через ріст інформомісткості у виробничих ресурсах. Така тенденція призводить до збільшення глобалізації, оскільки перешкоди, які заважали вільному переміщенню товарів та послуг практично зникають. В свою чергу, розширення ринків збуту впливає на зниження ролі державного регулювання підприємницького середовища, оскільки державні кордони не мають значення для виробництва та збуту інформаційних продуктів.

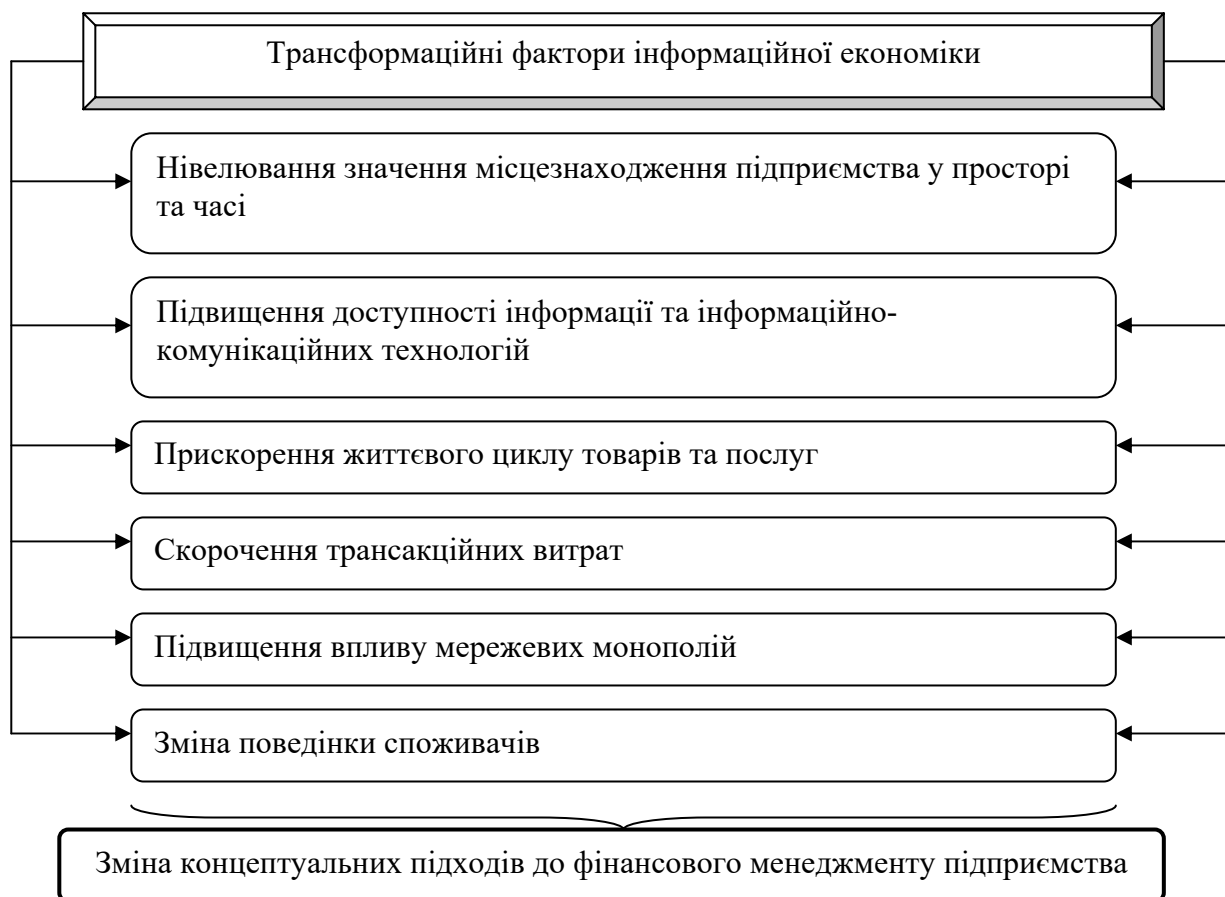


Рис. 1. Детермінанти впливу інформаційної економіки на фінансове управління підприємством (джерело: розроблено автором)

2. Підвищення доступності інформації та інформаційно-комунікаційних технологій. Інформаційним технологіям та процесу інформатизації суспільства притаманні риси суспільної корисності, тобто відсутність конкуренції між споживачами та безоплатність користування. Більшість інтернет-ресурсів

розповсюджують інформацію безкоштовно, оскільки існують за рахунок рекламних платежів. З практичної точки зору це значить, що доступ розвиток інформаційно-комунікаційних технологій забезпечує інтерактивний доступ підприємств до відкритих і корпоративних систем пошуку інформації, державних та комерційних систем зв'язку, глобальних національних та регіональних інформаційно-обчислювальних мереж, міжнародних стандартів, угод та протоколів обміну даними [5, с. 276].

3. Прискорення життєвого циклу товарів та послуг. Посилення конкуренції, розвиток ринку наукової інформації та усунення бар'єрів для руху нових знань призводить до збільшення швидкості інноваційних процесів, тому підприємець не може більше отримувати інформаційно-інноваційну ренту протягом тривалого часу [6, с.8].

4. Скорочення трансакційних витрат. Основними джерелами трансакційних витрат є асиметричність та неповнота необхідної інформації, опортуністична поведінка контрагентів та складність формальний і неформальних процедур заключення договорів та умов їх реалізації. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій дозволяє підвищити прозорість діяльності підприємства, в тому числі її фінансової складової, що призводить до зменшення ймовірності зловживань у партнерських домовленостях, підвищує довіру підприємств один до одного та зменшує витрати на перевірку ділової репутації.

5. Підвищення впливу мережевих монополій. Під мережевою монополією розуміється домінування єдиного стандарту взаємодії в галузі. Стійкість мережевих монополій обумовлена дією мережевого ефекту, тобто підвищенням корисності для окремого користувача з одночасним збільшенням загальної кількості його споживачів [7, с. 871]. З одного боку, мережеві монополії (наприклад Windows) перешкоджають нововведення та переходу на більш ефективні стандарти взаємодії, з іншого - знижують витрати взаємодії для своїх користувачів, створюючи платформи для поширення інновацій.

6. Зміна поведінки споживачів. Вкрай важливою потребою в сучасних умовах є потреба в інформації, тобто якість життя суспільства починає оцінюватись не через матеріальні цінності, а доступом до інформаційних товарів та послуг. Доступ до інформації дозволяє споживачам знаходити для себе оптимальний за якістю та ціною товар або послугу.

Отже, розвиток інформаційної економіки, ріст потоків великих даних диктує перехід на новий рівень управління економічними процесами, а в тому числі фінансовими ресурсами. Сучасні інформаційно-комунікаційні технології дозволяють автоматизувати процес прийняття управлінських рішень та проводити більш детальний аналіз фінансової діяльності. Сучасні бази даних забезпечують новий рівень якості аналізу та прогнозування фінансового стану підприємства. Сучасні цифрові технології дозволяють отримувати інформацію напряму від економічних агентів, створювати цифрові моделі споживачів, технологічних процесів, що призводить до економії ресурсів та оптимізації фінансового капіталу.

Література:

1. IT Transformation Maturity Curve. Report ESG 2017. URL: <https://www.dellemc.com/en-us/it-transformation/index.htm#overlay=/collateral/analyst-reports/esg-dellemc-it-transformation-maturity-report> (дата звернення 26.06.2019р.).
2. Меренкова Л.О. Особливості управління фінансовими ресурсами підприємства на сучасному етапі розвитку економіки України. Інвестиції: практика та досвід, 2016. № 24. С. 79 – 83.
3. Данилко В.К., Ситий Д.В. Особливості управління фінансовими ресурсами підприємства за умов ринкової економіки. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Сер.: Економічні науки, 2014. № 2. С. 102 – 108.
4. Рудченко І.В. Удосконалення механізму управління фінансовими ресурсами підприємства. Сучасні питання економіки і права, 2011. Вип. 1. С. 16 – 19.
5. Данилович-Кропивницька М.Л. Інформаційна економіка як платформа мережизації. Економіка і суспільство, 2016. Вип.7. С. 273 – 278.
6. Дятлов С.А. Сетевые эффекты и возрастающая отдача в информационно-инновационной экономике. Известия СПбГЭУ, 2014. № 2 (86). С. 7 – 12.
7. Тагаров Б.Ж. Анализ изменений факторов конкурентоспособности фирмы в условиях становления информационной экономики. Российское предпринимательство, 2018. Том 19, № 4. С. 867-880.

A. Mastylo,
Assistant-Consultant for the People's Deputy of Ukraine,
The Verkhovna Rada of Ukraine Secretariate

G. Ivanyshyna,
Ph.D (Econ.), Ass. Prof., of the Department of
Marketing, Management and Enterprise Economics,
National Management Academy

S. Holubka
Dr. Sc. (Eco.), Professor,
Ministry of Finance of Ukraine

INTERDISCIPLINARITY STUDY CATEGORY "INTELLECTUAL PROPERTY"

A. Мастило,
помічник-консультант народного депутата України,
Секретаріат Верховної Ради України

Г. Іванишина,
кандидат економічних наук, доц. кафедри маркетингу, управління та економіки
підприємства,
Національна академія управління

С. Голубка
доктор економічних наук, професор
Міністерство фінансів України

МІЖДИСЦИПЛІНАРНІСТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІЇ «ІНТЕЛЕКТУАЛЬНА ВЛАСНІСТЬ»

***Abstract.** The importance of an interdisciplinary approach in economic research is proved in the article. The scientific discourse on the essence of intellectual property under the interdisciplinary approach is considered.*

***Key words:** intellectual property, knowledge, intellectual work, interdisciplinary approach, economic knowledge.*

***Анотація.** У статті обґрунтовано важливість міждисциплінарного підходу в економічних дослідженнях. Розглянуто науковий дискурс щодо сутності інтелектуальної власності за міждисциплінарним підходом.*

***Ключові слова:** інтелектуальна власність, галузі знань, інтелектуальна праця, міждисциплінарний підхід, економічні знання.*

Постановка проблеми. Дослідження сутності категорії інтелектуальної власності має надзвичайно важливе теоретико-прикладне значення. Актуальність теоретичного зрізу досліджень обумовлена необхідністю розкриття поліфункціональності даної категорії, її ролі як детермінанти прогресивних змін. Практичний зріз значення підтверджує проблемність захисту прав інтелектуальної власності, яка має місце для більшості сучасних країн, зокрема й України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дане дослідження покликане узагальнити науковий дискурс щодо сутності інтелектуальної власності за

міждисциплінарним підходом. Воно базується на результатах наукових пошуків таких вітчизняних учених, як О. Бутнік-Сіверський, О. Васильєв, Т. Козьякова, О. Косенко, Л. Олейнікова, В. Семенова, Є. Ходаківський, А. Череп, А. Яковлев та ін.

Метою статті є висвітлення сутності інтелектуальної власності в контексті міждисциплінарного підходу.

Виклад основного матеріалу. Інтелектуальну власність зазвичай розглядають як право на результати розумової діяльності людини в науковій, художній, виробничій та інших сферах, які є об'єктом цивільно-правових відносин у частині права кожного володіти, користуватися і розпоряджатися результатами своєї інтелектуальної, творчої діяльності [1, с. 54]. Також науковці часто пропонують поєднувати правовий та економічний підхід до розгляду інтелектуальної власності як відносин правового (юридичного) та економічного характеру щодо створення, використання та комерціалізації результатів творчої діяльності [2, с. 76].

У табл. 1 відображено різні підходи до розгляду інтелектуальної власності в розрізі основних галузей знань та прикладної діяльності. Відзначаємо актуальність досліджень на стику різних галузей знань, що дозволяє піднімати специфічні проблеми та обґрунтовувати шляхи їх вирішення в контексті стимулювання прогресивних змін у суспільстві знань з домінування інтелектуальної праці.

Таблиця 1

Міждисциплінарний розріз розгляду категорії інтелектуальної власності

№ з/п	Підхід	Особливості розгляду
1	Правовий	Суб'єктна приналежність результату інтелектуальної праці, що породжує низку прав та необхідність їх захисту; Визначальне право і свобода кожної людини займатись інтелектуальною, творчою діяльністю
2	Управлінський (рівні держави, регіону чи окремих організацій)	Об'єкт регламентування та інших способів регулювання і захисту з метою досягнення цілей розвитку держави та її регіонів або окремої організації (підприємства)
3	Економічний	Детермінанта прогресивних змін та формування іміджевих переваг держави (регіонів) з метою залучення інвестицій та кваліфікованих кадрів
3.1	на рівні держави/регіону	Форма ідентифікації наукомістких видів економічної діяльності
3.2	на особистісному рівні	Спосіб отримання основного чи додаткового доходу шляхом капіталізації інтелектуальних здібностей
4	Ринковий	Система відносин, які виникають з приводу продукування, використання чи передачі прав на інтелектуальну власність
5	Інституційний	Форма ідентифікації суб'єкта, що продукує (використовує, передає) об'єкти інтелектуальної власності
6	Соціальний	Сфера зайнятості частини населення, в тому числі з відображенням на статусі в суспільстві (інноватори, креатори, науковці та ін.)
7	Психологічний	Спосіб самореалізації й самоутвердження в суспільстві, відчуття особистої ваги внаслідок результатів інтелектуальної праці

Джерело: узагальнено авторами

Визначені зрізи розгляду інтелектуальної власності підкреслюють її економічне значення. Воно полягає не лише у формуванні структури економіки з помітною вагомістю наукомістких видів економічної діяльності, але й створенні сприятливого середовища інтелектуальної праці, яке дозволяє реалізовувати особам з високими інтелектуальними здібностями потреби розвитку, новаторства та самоутвердження.

Поряд з розумінням економічної категорії інтелектуальної власності виникає потреба визначення змісту низки інших актуальних дефініцій. У ході розкриття змісту інтелектуальної власності виникає дискурс щодо специфіки інтелектуальної і творчої діяльності. Інтелектуальна діяльність є однією з сфер життєдіяльності людини, яка передбачає продукування, вдосконалення чи обов'язкове використання продукту, що має інноваційну (прогресивну) цінність. На особистісному рівні економічна ефективність інтелектуальної діяльності визначається можливістю її результату до комерціалізації [3]. Творча діяльність є процесом продукування, вдосконалення та обов'язкового використання продукту, що має культурну цінність.

Огляд наукових праць на тематику інтелектуальної власності підтверджує наявність різних авторських підходів до класифікації об'єктів такої власності. За своїм змістом об'єктом інтелектуальної власності виступає ідеальний субстрат, що існує в неуречевленій формі на матеріальному носії; через нематеріальні властивості, об'єкти інтелектуальної власності одночасно можуть бути використані необмеженою кількістю осіб, одночасно в декількох місцях [4].

Наслідком інтелектуальної чи творчої діяльності з результативними ознаками є актуалізація правових питань. Визначення змісту права інтелектуальної власності та пов'язаних дій щодо його використання, передачі і захисту регламентовано Цивільним кодексом України (книга 4).

Управлінський підхід до розгляду категорії «інтелектуальна власність» розділяє два основні рівні – організації та держави (регіону). На рівні окремої організації поширеним є використання поняття управління інтелектуальною власністю, що передбачає систему стратегічних дій, пов'язаних з об'єктами інтелектуальної власності та цілеспрямована на ефективний організаційний розвиток організації (підприємства) [5, с. 100].

Висновки. У цілому дослідження інтелектуальної власності з розкриттям базових теоретичних підходів і моделей зберігає свою актуальність у системі економічних знань, адже змінюються імперативи розвитку сучасного суспільства та пріоритети життєдіяльності людини. Для України вкрай важливо розвивати теоретичні ідеї щодо інтелектуальної власності та пов'язаних з нею термінів і понять задля наукових обґрунтувань пріоритетів її захисту та стимулювання результативності. У наступних працях автора буде розкрито понятійно-термінологічний апарат дослідження інтелектуальної власності з акцентом на її економічну сутність.

Література:

1. Васильєв О. В. Інтелектуальна власність: визначення, структура та роль у сучасних економічних умовах / О. В. Васильєв // Економіка і суспільство. – 2016. – Вип. 6. – С. 53–57.
2. Семенова В.Г. Дослідження сутності інтелектуальної власності в сучасних економічних умовах / В. Г. Семенова // Технологический аудит и резервы производства. – 2015. – № 6(26). – С. 74–77.
3. Олейнікова Л. Г. Особливості інтелектуальної власності як товару в сучасних умовах розвитку економіки України / Л. Г. Олейнікова // Ефективна економіка. – 2013. – № 6. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_6_12
4. Козьякова Т. В. Інтелектуальна власність як економічна категорія / Т. В. Козьякова // Економічний вісник НТУУ «КПІ». – 2008. – № 6. URL: http://economy.kpi.ua/files/files/6_kpi_2008.pdf
5. Шикова Л.В. Теоретичні аспекти управління інтелектуальною власністю на підприємстві / Л.В. Шикова // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. – 2014. – Вип. 1(2). – С. 98–104.

Piliavskiy V.I.

Candidate of Economic Sciences, Doctoral Student
International University of Business and Law (Ukraine, Kherson)

**SYSTEM OF MONITORING AND LIMITATIONS OF THE PERSONNEL
COMPONENT OF THE POTENTIAL OF AGRO-INDUSTRIAL
ENTERPRISES IN THE CONDITIONS OF INTELLECTUALIZATION OF
ECONOMIC PROCESSES**

Пілявський В.І.

к.е.н., докторант
Міжнародний університет бізнесу і права

**СИСТЕМА МОНІТОРИНГУ Й ОБМЕЖЕНЬ КАДРОВОЇ СКЛАДОВОЇ ПОТЕНЦІАЛУ
АГРОПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ
ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ**

***Abstract.** The article substantiates that the effectiveness of agrarian and agro-industrial enterprises and their success in the market depends on the personnel, his knowledge, skills, qualifications, and socio-psychological state. It is determined that the structure of informational support of agroindustrial enterprises increasingly depends on the resources of the Internet. By contributing to the solution of production tasks, the Internet network simultaneously creates and threats to the enterprise. The raised risks of threats connected with technical, socio-psychological, medical threats are grounded. Measures were taken to ensure the safety of using network resources for the development of enterprise competitiveness.*

***Key words:** human resources, agro-industrial enterprises, system, monitoring, restriction, component, intellectualization, economic processes.*

***Анотація.** У статті обґрунтовано, що результативність роботи аграрних та агропромислових підприємств і їх успіх на ринку залежить від персоналу, його знань, умінь, кваліфікації, соціально-психологічного стану. Визначено, що структура інформаційного забезпечення агропромислових підприємств все більше залежить від ресурсів мережі Інтернет. Сприяючи рішенню виробничих завдань, мережа Інтернет одночасно створює і загрози для підприємства. Обґрунтовані підвищені ризики загроз, які пов'язані з технічними, соціально-психологічними, медичними загрозами. Визначено заходи по забезпеченню безпеки використання ресурсів мережі для розвитку конкурентоспроможності підприємства.*

***Ключові слова:** кадровий потенціал, агропромислові підприємства, система, моніторинг, обмеження, складова, інтелектуалізація, господарські процеси.*

Результативність роботи аграрних та агропромислових підприємств і їх успіх на ринку залежить від персоналу, його знань, умінь, кваліфікації, соціально-психологічного стану. Персонал є ключовою складовою ресурсного потенціалу будь-якого підприємства. Для стабільної й плідної роботи важливо піклуватися про його психологічний стан і цільову витрату часу. Діяльність агропромислових підприємств в ринкових умовах припускає ефективне і раціональне використання усіх видів ресурсів. Одним з ресурсів, що вимагає до себе постійної уваги і раціонального використання, є час. Від ефективності його використання залежить не лише результат роботи підприємства, але і перспектива його розвитку.

Робочий час – це нормативно встановлена тривалість робочого дня, впродовж якого співробітники виконують доручені їм завдання або операції [1, с. 727]. У сучасних умовах значна кількість часу використовується при роботі з комп'ютерами, ресурсами мережі Інтернет. Багато видів робіт у сфері обслуговування, підтримки ухвалення управлінських рішень, управлінського і технічного характеру, організації виробництва, програмного забезпечення процесів не лише залежать, але і ґрунтуються на використанні можливостей комп'ютера і ресурсів мережі Інтернет. Одночасно, втрати робочого часу в процесі експлуатації можливостей комп'ютера і використання ресурсів мережі Інтернет можуть мати для підприємства негативні явища в плані втрати часу, соціальних і психологічних конфліктів, що у результаті відображається на підприємстві і його потенціалі. Доцільно своєчасно виявляти проблеми соціального, емоційного, психологічного характеру і відповідно на них реагувати, що дозволить мінімізувати або не допустити конфлікти в колективі, підвищити продуктивність праці і знизити виробничий брак, підвищити продуктивність і результативність праці.

Індикаторами соціально-психологічного стану і мотиваційного настрою співробітника можуть бути його емоції, поведінка, конфліктність, манери і способи самореалізації – як форми відображення дійсності, сучасних трендів в поведінці [2, с. 60]. Дотримання ритуалів, норм і правил так само є формою прояву емоційного стану персоналу. Емоційний стан можна розпізнати і по легкості слідуванню і підпорядкуванню моді, легкості зміні трендів. Вивчення таких індикаторів поведінки дозволяє своєчасно виявити соціально-психологічний стан і мотиви персоналу, своєчасно розпізнати конфліктні ситуації підвищити продуктивність і результативність праці.

Л. Мармуль, І. Романюк зазначають, що сучасна діяльність агропромислових підприємств неможлива без використання інформаційних ресурсів [3, с. 168]. Їх активне залучення має як позитивний, так і негативний ефекти для діяльності підприємств, що впливає на їх конкурентоспроможність. Сучасні умови діяльності разом з виробничими, маркетинговими і фінансовими елементами потенціалу примушують враховувати й безпеку усього потенціалу підприємства, який все більше залежить від інформаційного забезпечення і супроводу розвитку підприємств. Інформаційні ресурси використовуються для управління персоналом, розвитку конкурентних переваг, у т.ч. й нематеріальних. У зв'язку з широтою охоплення впливу інформаційних ресурсів виникає необхідність в їх безпечному користуванні та збереженні. Структура інформаційного забезпечення агропромислових підприємств все більше залежить від ресурсів мережі Інтернет. Ресурси цієї мережі мають багато ролей і значень, виконують декілька завдань і функцій для них. Інтернет сприяє фінансовою, інноваційною, виробничою, маркетинговою і іншим видам діяльності, забезпечує зростання вартості нематеріальних активів, тим самим забезпечуючи безпеку розвитку підприємства і його конкурентоспроможність.

Одночасно, Інтернет несе загрози і небезпеку підприємству, руйнуючи його конкурентоспроможність. Неможливість відмови від використання ресурсів мережі Інтернет в розвитку конкурентоспроможності аграрних підприємств обумовлює необхідність виявлення і зіставлення переваг і шкоди

від його використання, а так само пошуку варіантів забезпечення безпеки мережі Інтернет для їх стійкості й конкурентоспроможності [4, с. 78].

Безумовно, можливості комп'ютерів, програмного забезпечення і ресурсів мережі Інтернет мають для будь-якого сучасного підприємства масу позитивних значень, характеристик і процесів. Мережа Інтернет є для багатьох підприємств джерелом прибутку і місцем роботи. Інтернет – глобальна мережа, що об'єднує системи комунікацій всього світу, для обміну інформацією, даними. Можливості сучасних програм, мови і протоколи дозволяють передавати по засобах мережі Інтернет усі види інформації: тексти, зображення, креслення, звуки і відео. Сьогодні, робота персоналу все частіше пов'язана з використанням Інтернет ресурсів. Інтернет має ряд позитивних характеристик для підприємства. Важлива і результативна сфера використання можливостей мережі Інтернет використовується у сфері аграрного й промислового виробництва, торгівлі, будівництва, сфери послуг.

До позитивних аспектів використання мережі Інтернет можна віднести її як потужний і швидкий засіб зв'язку, з великими можливостями і різноманітністю: електронна пошта, соціальні мережі, засоби спілкування : ICQ, Skype, Viber, WhatsApp. Проте разом з позитивними характеристиками мережі для підприємства можуть виникати і негативні явища, викликані особистими соціально-психологічними мотивами персоналу. До їх наслідків можна віднести нераціональність використання робочого часу і його непродуктивне і неефективне використання зважаючи на користування мережею Інтернет.

Як вважає М. Ігнатенко, складність і загрози інформаційного забезпечення і супроводу діяльності підприємства полягає в забезпеченні безпеки використання ресурсів мережі [5, с. 246]. Забезпечення безпеки використання ресурсів мережі можна розглянути з позицій: технічні загрози в мережі, віруси; достовірність і корисність інформації; можливість злому і крадіжки даних підприємства; загрози недобросовісного і корисливого користування ресурсів мережі персоналом в особистих цілях; збиток від неефективної і непродуктивної праці внаслідок розваг персоналу в мережі.

Сприяючи рішенню виробничих завдань, мережа Інтернет одночасно створює і загрози для підприємства. Підвищені ризики загроз пов'язані з технічними, соціально-психологічними, медичними загрозами. Технічні загрози обумовлені: злочинами і протизаконними діями у сфері інформаційної безпеки (крадіжка, привласнення комерційних і особистих відомостей); комерційними збитками від розкрадання електронних засобів, комерційних таємниць і так далі; порушенням авторських прав і сумнівною вхідних інформаційних ресурсів, отриманням і передачею неправдивих відомостей; масивом безладної і недостовірної інформації; Інтернет-шахрайством (лотереї, конкурси, СМС опитування, ігри); псування устаткування, в т.ч. через шкідливі сайти і програми; втрата робочого часу від поломок і вимушених простоїв (перебої зі світлом, ППР та ін.); продуктивністю устаткування, можливостями мережі.

Соціально-психологічні ризики і загрози використання персоналом ресурсів мережі [6, с. 27]: відсутність матеріальних і соціальних гарантій (уміння вибудувувати правильно трудові стосунки в мережі); втрата робочого часу на

невиробничі потреби, як наслідок – низька продуктивність праці, недовиконання плану і так далі; труднощі самоорганізації, відсутність фокусу на роботу і як наслідок, погіршення якості праці (проблема для працюючих – наявність безлічі приводів відволіктися на розваги, спілкування і так далі); агресія, віртуальне шахрайство, пропаганда (релігія, екстремізм); проблеми сприйняття і осмислення – наявність і велика кількість інформації за секунду перетворюється в неосмислений потік (статистичність нескінченності зміни знань (текст, зображення) без усвідомлення, розуміння і вдумливого осмислення); неадекватність сприйняття і самооцінки. Завищення або заниження самооцінки. Джерело роздратування і конфліктності. Емоційна нестійкість персоналу.

Медичні загрози, - як наслідок роботи в мережі: фізичне здоров'я (погіршення стану, джерело захворювань: втрата зору, гіподинамія, викривлення осанки. Постійне перебування перед комп'ютером позбавляє м'язи тіла руху, фізичних вправ, необхідних їм для повноцінного функціонування. Відсутність рухової активності і прогулянок на свіжому повітрі); психологічне здоров'я (соціальна дезорієнтація і деградація: шкідлива інформація (асоціальні сайти), таємні товариства (фанати, екстремізм та ін.), реклама насильства, психологічний тиск); формування недостовірних понять про об'єкти, явища і процеси; Інтернет-залежність – ігромани, «сервери»; відокремленість від соціуму – обмеженість спілкування, зустрічей з друзями, час дітям; не сприяє осмисленню і сприйняттю творів культури).

Нераціональність, непродуктивність і неефективність використання робочого часу можлива унаслідок особистих мотивів персоналу – використання корпоративних ресурсів в особистих цілях і непродуктивне Інтернет користування [7, с. 189]. Інтернет і особисті потреби персоналу обумовлюють втрату часу, а відповідно і фінансів для підприємства. Співробітники, що проводять робочий час в соціальних мережах, новинних порталах, хобі майданчиках і за переглядом роликів розважального характеру, дорого обходяться підприємствам. Згідно з дослідженнями учених, підприємства втрачають на Інтернет-байдкуванні близько 85 млрд. дол. в рік.

Відповідно, заходи по забезпеченню безпеки використання ресурсів мережі для розвитку конкурентоспроможності підприємства можна розподілити на технічні, управлінські, оздоровчі. Складність виявлення наслідків особистих мотивів персоналу полягає у визначенні і виявленні нераціональності, непродуктивності і неефективності використання робочого часу, пов'язаного з відвідуванням мережі. Проблематично визначати втрати робочого часу, зважаючи на складність візуального контролю персоналу - усі зайняті процесом, а яким саме – службовим або особистим – необхідно уточнювати та всебічно стимулювати продуктивні витрати.

Література:

1. Терещенко С.І. Ефективність використання ресурсного потенціалу за рахунок обґрунтування параметрів діяльності аграрного формування. Глобальні та національні проблеми економіки. 2014. Вип. 2. С. 725-729. Режим доступу: <http://globalnational.in.ua/archive/2-2014/149.pdf>)

2. Кісіль М. І. Критерій і показники економічної ефективності бізнесу. Економіка АПК. 2013. №8. С. 59-62.
3. Мармуль Л.О., Романюк І.А. Ринок праці та зайнятість населення сільських територій: теорія і практика регулювання. Херсон: Айлант, 2015. 270 с.
4. Данько Ю.І. Теоретико-методологічне обґрунтування підходів до моделювання рівня конкурентоспроможності аграрних підприємств. Інноваційна економіка. 2016. №. 5-6. С. 76-80.
5. Ігнатенко М.М. Стратегії та механізми управління розвитком соціальної відповідальності суб'єктів господарювання аграрної сфери економіки: монографія. Херсон: Айлант, 2015. 470 с.
6. Бурковський І.Д. Матеріально-ресурсний потенціал аграрного сектора України: стан та напрями розвитку. Економіка АПК. 2014. № 3. С. 26-29.
7. Михайлюк О.В. Модель управління розвитком кадрового потенціалу підприємств. Наукові праці МАУП. 2014. № 1(40). С. 187-192.

Philip Stoyanov

Chief. Assist. PhD

University of National and World Economy – Sofia, Bulgaria

SUMMARY ANALYSIS OF THE IMPLEMENTATION OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN THE EU AND THE WORLD

***Abstract.** Corporate social responsibility models in the EU and in the world are analyzed. It is proved that state support for the introduction of corporate social responsibility in the EU is the key to the efficiency of enterprises. We consider social programs based on philanthropy in the United States. The Japanese corporate model of the business family is analyzed.*

***Keywords:** corporate social responsibility, economic agents, social programs, sustainable development, tax benefits*

Orientation of the modern economic space to strengthen the social orientation of market reforms causes significant changes in the structure of the target priorities for the development of domestic enterprises, which are accompanied by fundamental changes in the value system of their activities, institutional structure and property relations. Formation of socially oriented market economy as an economic basis for sustainable development of society should be accompanied by ensuring harmonization of social, economic, environmental and institutional interests of economic agents in the process of their cooperation.

The social responsibility of every enterprise and business as a whole becomes a necessary component of the daily activities and development of regional economic systems. The presence of its own social programs and social activity is one of the main competitive advantages, which enables the enterprise to outstrip its rivals and strengthen its position in the market, because the development of the region is impossible only if the economic component is successful. An integrated approach, taking into account social and environmental responsibility, guarantees the enterprise a loyal attitude of all interested persons and the local community as a whole, as well as a stable improvement of living standards and minimization of social disparities in the region.

Depending on the key players of corporate social responsibility, the role of the state, legislation and the mechanism of interaction between the main actors, there are three models of corporate social responsibility: American, European and Japanese. Let's take a closer look at each of them. The American model of corporate social responsibility is characteristic of the USA, Canada, Latin American countries, and also English-speaking countries of Africa. A characteristic feature of the model is the secondary role of the state in the formation of corporate social responsibility of business.

Traditionally, the American model is the most liberalized version of the state's social policy, based on the principle of separating social protection from the free market and limiting the protection of only those who have no income other than social benefits. Accordingly, the US economy remains the least regulated country to date. The state regulates social and labor relations at the enterprise level and much

less - at the industry and regional level through the adoption of legislative regulations.

In the American model, social relations are self-regulating, including the relationship between an employee and an employer (self-employed), social insurance, and more.

Employers' social responsibility to employees is to create new jobs with appropriate working conditions, secure decent wages, and pay significant amounts of taxes. US employers pay considerable attention to external areas of social responsibility, including building relationships with regional governments and local communities, and protecting the environment.

Corporate social responsibility in the United States of America has evolved through philanthropy. It is the tradition of donating a portion of the proceeds to charity in order to improve the local community's attitude to a particular production that has shaped the American model of social responsibility.

American businessmen are involved in financing a wide variety of nonprofit projects, and thus solve various social problems (vocational education, retirement and social insurance, environmental protection).

The American model of corporate social responsibility is characterized by high autonomy of business in the choice of directions of charitable activity. The state does not directly interfere with these processes, but only stimulates them through a system of benefits and subsidies.

In particular, in the USA, tax breaks have been introduced to help employers offset the cost of employing disabled people, retirees, youth, and veterans:

- provide small business with annual preferential loans subject to employment of these categories of population;
- all enterprises are given discounts in case of conversion of jobs to the needs of disabled workers;
- tax holidays (credits) for employers who hire these categories of employees for permanent or seasonal work.

Charity companies have the ability to partially pay real estate and turnover taxes.

Considerable measures for the protection of natural sulfur are a significant trend in the American model of corporate social responsibility. In particular, US law provides for an entire system of environmental subsidies, loans, taxes, fees, fines, and allowance credits related to the reduction of harmful substances. An important lever to stimulate environmental protection in the United States is the accelerated depreciation of cleaning equipment. The tax system reform law has set three times shorter the depreciation period for industrial cleaning equipment. In addition to the 10 percent tax rebate on cleaning equipment in the United States, tax benefits are also used. In almost 30 states, wastewater treatment plants and equipment are not subject to property taxes; in 24 states, this category of industrial equipment is exempt from sales taxes; 16 states do not charge leases for cleaning equipment (Rupley, K. H., Brown, D., & Marshall, S. (2017)).

In the European Union, corporate social responsibility is seen as a key factor in improving the competitiveness of businesses and raising the standard of living of

citizens and society as a whole. There is a clear understanding that the use of the principles of corporate social responsibility is a strategic priority for each enterprise and the basis for their sustainable development.

The European model of corporate social responsibility is characterized by significant state intervention in socio-economic processes, in particular in the economy, employment and the environment. Its main task is not the profit, but the formation of a responsible attitude to employees and local communities. Accordingly, state influence extends to conditions and labor protection, wages, outputs and services, ecology, employment, and social guarantees. Another important feature of the European model is the significant redistribution of gross domestic product through the state budget (over 45%), which provides a powerful system of social protection for the population by attracting public and private capital.

The European Union leadership is trying to set an example of a socially responsible approach, thereby encouraging private bodies to do so.

For example, in the Netherlands it is stipulated that two percent of all goods purchased by government agencies and enterprises should be environmentally friendly, which encourages private enterprises to invest in this area.

It should be noted that each country of the European Union has its own peculiarities of doing socially responsible business, it is possible to distinguish three varieties of the European model. The first variety (traditional) include Austria, Germany, France. A characteristic feature of this subspecies of the European model of social responsibility is the significant regulation of social and labor relations by the state under certain autonomy of entrepreneurs and trade unions. The second variety includes Belgium, Norway, Sweden. It is characterized by the active participation of the state in regulating social and labor relations at all three levels. The third type of model is typical of the United Kingdom (partly due to the combination of elements of the American and continental models).

Particular attention is paid to the model of corporate social responsibility inherent in Japan and South Korea. This model is characterized by a significant role of the state, involves the implementation of income equalization policies, a system of life-long employment, collectivism in solving socio-economic problems. In addition, Japanese businesses are focusing on internal programs that make the company a second family worker. This is largely due to the cultural traditions of the country, where historically it has emerged that "corporation is above all."

Therefore, in this model of social responsibility, income generation is considered a secondary task, while social cohesion, collective decision-making, respectful attitude to each individual worker and society as a whole are at the forefront.

In Japan, a business is perceived as a large "business family". Each employee is a member of the company and, accordingly, has the right and responsibility far beyond conventional work responsibilities. And the corporation, for its part, supports it throughout life.

The most common areas of CSR in Japan include the following: a lifetime employment system; assistance in the purchase of housing; promoting family dynasties; training of specialists; financial assistance at birth and then education; generous severance pay; corporate pensions.

The conducted studies show a high level of social responsibility of business in the countries of the European Union, the USA and Japan, which was the result of a long-lasting state policy aimed at making entrepreneurs aware of their role in the socio-economic development of society. In the countries studied, social responsibility is seen as a new progressive level of doing business that contributes to the socio-economic development of the country, reduces confrontation between social partners, ensures sustainable economic development.

References:

1. Rupley, K. H., Brown, D., & Marshall, S. (2017). Evolution of corporate reporting: From stand-alone corporate social responsibility reporting to integrated reporting. *Research in accounting regulation*, 29(2), 172-176.

PRODUCTIVE FORCES DEVELOPMENT AND REGIONAL ECONOMY

Gayvoronska Inna

Odessa I.I.Mechnikov National University (Ukraine, Odessa)

SYSTEM APPROACH TO THE IMPLEMENTATION OF STATE POLICY IN THE FIELD OF TOURISM

Гайворонська Інна Віталіївна

Одеський національний університет ім.І.І.Мечникова

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО РЕАЛІЗАЦІЇ ДЕРЖАВНОЇ ПОЛІТИКИ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ

Abstract. *The article highlights the main aspects of the implementation of state policy in the field of tourism of Ukraine. The systematic approach to the implementation of institutional mechanisms of tourism development is substantiated, in line with those used in EU countries.*

Key words: *tourism, public administration, systemic approach, institutional mechanisms of tourism development.*

Анотація. *У статті виділено основні проблемні аспекти щодо реалізації державної політики в галузі туризму України. Обґрунтовано системний підхід до імплементації інституційних механізмів розвитку туризму, у відповідність до тих, що використовуються у країнах ЄС.*

Ключові слова: *туризм, державне управління, системний підхід, інституційні механізми розвитку туризму.*

Для формування основ політики управління в сфері рекреаційно-туристичної діяльності в регіональному аспекті існують значні труднощі і проблеми, пов'язані як з теоретико-методологічною базою, зі стратегічними цілями і завданнями на державному рівні, так і з їх практичною реалізацією на місцевому рівні. Завдання полягає в збалансованому поєднанні галузевого та територіального підходів у процесі стратегічного управління в сфері рекреаційно-туристичної діяльності на засадах розвитку регіону.

Актуальним стає створення власної регіональної інфраструктури для забезпечення оптимізації рекреаційно-туристичної діяльності. Необхідно розробити концептуальний базис державного управління рекреаційно-туристичною діяльністю, механізми реалізації і закріпити правила у відповідних нормативно-правових актах.

Державне регулювання у сфері туризму – це цілеспрямований вплив держави на учасників туристичної діяльності для забезпечення сприятливих умов розвитку туризму.

Суттєвої шкоди галузі нанесли непередумані реорганізації, а то і ліквідація, центрального органу виконавчої влади у сфері туризму. В Україні спостерігається постійна реорганізація відомств, що забезпечують державне регулювання туристичною діяльністю. За останні 20 років відбулося 9 реорганізацій органу виконавчої влади цієї галузі. Наочно це можна представити у таблиці 1.

Органи державного регулювання сферою туризму України

№ з/п	Період	Центральний орган державної влади з туризму
1	до 1988	Головінтурист України
2	1989 – 1993	Центральна державна структура відсутня
3	1993 – 2000	Державний комітет України по туризму
4	2000 – 2001	Державний комітет молодіжної політики, спорту і туризму
5	2001 – 2002	Державний департамент туризму
6	2002 – 2006	Державна туристична адміністрація (ДТА)
7	2006 – 2010	Міністерство культури і туризму
8	2011-2015	Державне агентство України з туризму та курортів (Держтуризмкурорт України) . Діяльність агентства спрямовується Кабінетом Міністрів України через Міністерство інфраструктури України
9	2015 - ...	Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Департамент туризму та курортів. Відділи: -координації та контролю туристичної діяльності; -маркетингу та міжнародної діяльності; -економічної аналітики, статистики, стандартизації та науки; <i>-розвитку туристичних дестинацій та курортів</i>

Джерело: [складено автором]

Такі реорганізації практично призупинили розвиток туризму та унеможливили здійснення системного підходу до реалізації державної політики в галузі туризму.

На сьогоднішній день в Україні головними проблемами державного управління у сфері туризму є:

- відсутність системи органів державного управління галуззю туризму;
- відсутність ефективного менеджменту та менеджерів в державному туристичному секторі;
- недосконала та застаріла нормативно-правова база;
- відсутність комплексного підходу до розвитку галузі;
- відсутність ефективного механізму залучення інвестицій в галузь.

Для підвищення туристичної конкурентоспроможності України, потрібно реформування туристичної галузі та створення сучасного європейського законодавства у туристичній сфері.

Пріоритет галузі туризму повинен стати державною політикою та ідеологією, що розділяється всіма гілками влади та громадянами країни. Використовуючи паузу й економічну рецесію, є можливість зосередитися на формуванні правильної моделі управління галуззю, використанню механізмів приватно-державного партнерства, удосконалення стандартів якості й рівня освіти та професійної підготовки кадрів та ін. Уряд схвалив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року (далі Стратегія-2026) [1]. Документ розроблено з метою створення умов для забезпечення прискореного розвитку сфери туризму і курортів, перетворення її у високоефективну, інтегровану у світовий ринок галузь. Запровадження Стратегії передбачається за напрямками, серед яких: забезпечення безпеки туристів та захист їх законних прав та

інтересів, імплементація законодавства ЄС у сфері туризму, забезпечення комплексного розвитку територій, зокрема створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, удосконалення системи професійної підготовки фахівців сфери туризму, формування та просування позитивного іміджу України, як країни привабливої для туризму.

На сьогоднішній день загальна система управління туристичною галуззю в Україні складається з трьох рівнів – макроекономічного, мезоекономічного та мікроекономічного.

Нині сферою туризму займається Міністерство економічного розвитку і торгівлі України (рис. 1) [2].



Рис. 1. Структура державного управління туризмом за рівнями управління
Джерело: [розроблено автором]

В межах даного дослідження представляє інтерес Положення про відділ маркетингу та міжнародної діяльності департаменту туризму та курортів Мінекономрозвитку [3]).

Згідно положень Всесвітньої туристичної організації ООН (англ. United Nations World Tourism Organization; UNWTO) використовується таке сучасне розуміння Організації з менеджменту дестинації (Destination Management Organisation – DMO; укр – ОМД) – як організації, що відповідає за менеджмент і / або маркетинг туристської дестинації. Тобто, відділ розвитку туристичних дестинацій та курортів і відділ маркетингу та міжнародної діяльності департаменту туризму та курортів (як ОМД) є, у сукупності, структурними підрозділами ОМД, яка є стратегічним лідером і координатором розвитку

дестинації за рахунок зміцнення партнерства і співробітництва усіх зацікавлених сторін (туристичної індустрії, закладів вищої освіти (ЗВО), влади і місцевої громади), виступає платформою для е-бізнесу туристичної дестинації. UNWTO виділено основна мета ОМД – управління життєвим циклом і забезпечення довгострокової конкурентоспроможності туристської дестинації. Нажаль, така мета у Положенні про розглядувані відділи не виділена. Крім того, у Положеннях не виокремлено категорія туристична дестинація, а використовуються поняття туристичних територій, курортів, що указує на ототожнення їх з категорією туристичних ресурсів, тобто йде підміна категорій. Тому і складові конкурентоспроможності туристичної дестинації не означені. Крім того, відсутнє поняття життєвого циклу дестинації. А, відповідно, не виділені конкретні маркетингові інструменти підвищення конкурентоспроможності дестинацій. Ці недоліки стали на заваді конкретизації цілей роботи даних відділів як ОМД, у відповідності до стандартів UNWTO, на які спирається ЄС.

Пропозицією є об'єднання цих двох відділів в єдиний відділ менеджменту і маркетингу дестинацій, з означенням конкретних цілей, у відповідності до термінологічного апарату туристичних дестинацій, їх життєвого циклу і критеріїв конкурентоспроможності. Тобто, актуальності набувають інституційні механізми розвитку туризму у відповідність до тих, що використовуються у країнах ЄС. Для цього важливим є взаємоузгодженість діяльності усіх управляючих і регулюючих сферу туризму органів.

Література:

1. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінет Міністрів України від 16 березня 2017 р. N 168-р. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/kr170168?an=1>
2. Сайт Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=f986105f-102a-47f7-b5f0-fefebb9c20a3&tag=PolozhenniaProUpravlinnia>
3. Положення про відділ розвитку туристичних дестинацій та курортів департаменту туризму та курортів. URL: <http://consultant.parus.ua/?doc=0AFTO02397>

Kwilinski A.,

Ph.D. (Economics)

The London Academy of Science and Business, London, England

Trushkina N.

Ph.D. (Economics), Senior Research Fellow

Institute of Industrial Economics of NAS of Ukraine, Kyiv, Ukraine

LOGISTICS CLUSTER AS AN INSTITUTION OF REGIONAL DEVELOPMENT IN THE CONTEXT OF ECONOMIC MODERNIZATION

***Abstract.** It was found that the formation and effective functioning of logistic clusters in the regions of Ukraine is hampered by many key barriers that can be conditionally classified into the following groups, such as political, foreign economic, institutional, investment and financial, infrastructure, logistics. It was proved that for the effective development of logistic clusters in the economic regions of Ukraine it is reasonable to develop proposals for the creation of appropriate institutional conditions.*

***Key words:** logistic cluster, logistic activities, economic region, institution, institutional conditions, modernization, synergetic effect.*

One of the dynamic and rapid lines of development of modern regional ecosystems is transport logistics as an effective source of competitive advantages. This requires the use of new tools to improve the competitive ability of regions, including the cluster approach, the essence of which is the formation and development of logistic clusters by consolidating the efforts of the state, business, science, education in priority fields of economic activity.

As international practice shows, the implementation of the cluster model of logistic activities will contribute to the reduction of total logistic costs by 12-35% as a result of reducing transport costs by 7-20% and the cost of handling operations by 20-30%, as well as accelerating the speed of circulation of material resources by 20-40%.

Therefore, the creation of logistic clusters will create favorable conditions for the growth of the volume and quality of transport and logistics services and create a qualitatively new model of the regional economy.

A significant number of scientific works of leading domestic and foreign scientists are devoted to the conceptual foundations, scientific and methodological approaches and practical recommendations for the formation of transport and logistic clusters [1-11]. Application of an integrated approach to supply chain management and logistic processes have been justified [12-15]. It was proved that hybrid approaches are necessary under current conditions, in which the transport infrastructure is considered as one of the factors and the indicators used should be different and include the type of production and mode of transport [16]. Conceptual basics and methodological approaches to the promotion of sustainable development of the territorial communities were developed using the best European principles and practices, as well as theoretical and applied proposals that should justify the tools to improve the investment climate of the territories according to new challenges and opportunities of decentralization reform in Ukraine [17; 18].

It was substantiated that it is advisable to create logistic clusters in economic regions of Ukraine as a group of geographically adjacent and interrelated enterprises

and related organizations that are characterized by joint activities, complement and enhance the competitive advantages of each other through a synergetic effect. It is a territorial and voluntary association of business structures, scientific institutions and higher educational institutions, institutes of logistics infrastructure and authorities in order to improve the competitiveness of products manufactured, services and promote sustainable development of the district (Fig. 1).

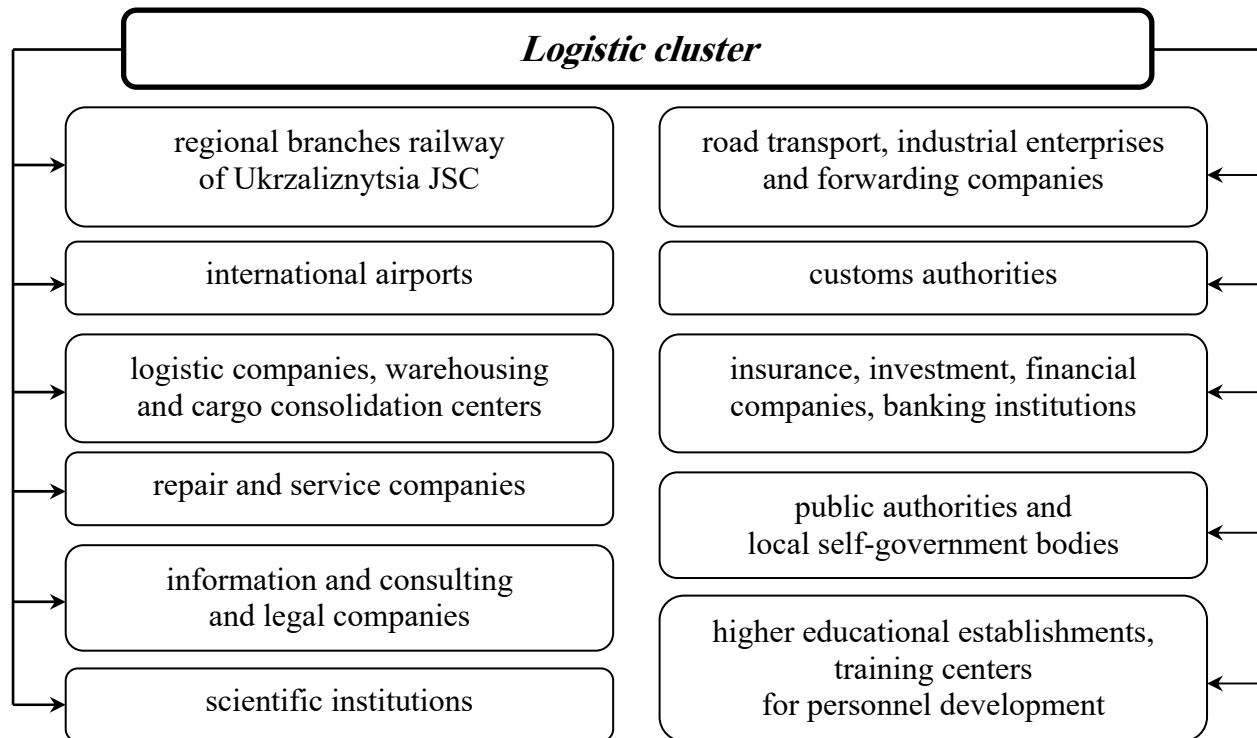


Fig. 1. Participants of the logistic cluster (*suggested by the authors*)

When creating logistic clusters in economic regions, the following aspects should be taken into account: positioning of regions as a complex of an international level with a full range of logistic services by the movement of transit and regional flows in the structure of the integrated transport and logistic system of Ukraine; inclusion of newly established and existing facilities of transport and logistic infrastructure located in the vicinity of railway, road and air transport communications.

Formation of the logistic cluster should be aimed at the comprehensive development of its infrastructure, that involves: reconstructing and modernizing of the existing facilities of railway, automobile, marine and aviation infrastructure; optimizing placement of customs clearance points and customs warehouses; constructing large distribution centers to create a modern system of storage and distribution of products; improving transportation system; applying effective logistic schemes to improve customer service of transport and logistic services.

The key principles of forming a logistics cluster for the sake of integration into European and Asian economic systems are as follows: organization of the market system of monitoring and management of goods flows at the international and regional levels; creation of a network of logistic centers, which include transport terminals, distribution and trade complexes; development and implementation of a unified information system for traffic management in the virtual space; ensuring the

principles of delivery of goods «house-house», «to the right place» and «just-in-time» on the basis of the development of intermodal and combined transportation operations.

Implementation of the above principles will reduce the cost of logistic activities by providing transport services involving all modes of transport (taking into account the territorial characteristics of the region) and the construction of terminal complexes, regional logistic centers with the creation of a new type of logistic operator structure for the maintenance of the facilities of a transport infrastructure.

Improving the competitive ability of companies participating in the logistic cluster is achieved through the creation of favorable conditions for the growth of the volume and quality of transport and logistic services, which in turn affects the formation of a qualitatively new model of the regional economy.

It has been proved that for the effective development of logistic clusters in the economic regions of Ukraine it is advisable to create the appropriate institutional conditions, namely:

- to finalize the Strategy of regional development in terms of the institutional, investment and financial, organizational and economic and information support for the creation and functioning of logistic clusters using the cluster approach;

- regional state administrations together with regional councils should pay attention to the development of the Concept of creating logistic clusters and Strategies for the integrated development of logistic clusters as part of the regional transport and logistic system;

- to develop and introduce a mechanism of financial support as a set of principles, tools, functions, methods and means aimed at reducing the level of costs for the organization of logistic activities and transport services in the territory of economic regions. Components of the mechanism of financial support for the management of the development of logistic clusters should be: exogenous and endogenous factors affecting the development of the regional transport and logistics system; principles on which the formation of logistic clusters should be based; management functions (forecasting, planning, organization, accounting, control, analysis, regulation); a set of tools that regulate the conditions for the organization and implementation of logistic activities, as well as the provision of transport services; application of financial instruments (venture investment, crowdinvesting, factoring, public-private partnership on the basis of attraction of private investments, funds of credit institutions, foreign investment resources, grants of international financial organizations); means (digital and information and communication technologies, software, regulatory documents).

Combination of modern cluster policy, mechanism of institutional support for the development of an integrated transport and logistic system and strategies of smart industry specializations in the context of decentralization will create the appropriate conditions for the formation of a logistic cluster as an effective form of partnership, strengthen the competitive advantages of economic regions and increase the economic ability of the territorial communities.

Implementation of proposals on institutional support for the formation and development of logistic clusters will help to obtain a synergetic effect, the components of which include: increase in the level of investment attractiveness of

economic regions; increase in budget revenues due to economic growth of territories; creation of new jobs and employment growth (as the best European experience shows, 33.3% of companies working in clusters have a trend of stable employment growth); increase in cargo transportation and turnover; optimization of transfer of logistic flows; reduction in costs for the organization of logistic activities for reducing the transport component in the cost of services, time reduction to perform customs procedures when processing goods; ensuring favorable institutional conditions for the functioning of the logistic market; creation of facilities of necessary logistic infrastructure (transport, trade, service, etc.); improvement of transportation technology using modern digital information and communication technologies.

It is planned in future to develop a cluster model of logistic activities in the economic regions of Ukraine.

References:

1. Смирнов І., Шматок О. Формування транспортно-логістичних кластерів у ЄС: український контекст. Вісник Київського національного університету імені Т.Г. Шевченка. 2012. Вип. 60. С. 14-19.
2. Ніколаєв Ю.О. Структура транспортно-логістичного кластера та процес його формування. Вісник соціально-економічних досліджень. 2012. Вип. 1 (44). С. 345-350.
3. Попова Н.В. Кластеры как основа инновационного развития транспортно-логистической системы региона. Бизнес Информ. 2013. Вып. № 8. С. 63-67.
4. Альошинський Є.С., Білан К.В. Розробка пропозицій щодо створення транспортно-логістичного кластера Харківської області. Восточно-Европейский журнал передовых технологий. 2013. № 3(3). С. 29-33.
5. Кластери в економіці України: монографія / За наук. ред. М.П. Войнаренка. Хмельницький: ХНУ, ФОП Мельник А.А., 2014. 1085 с.
6. Гриценко С.І. Формування парадигми соціально-економічного розвитку в контексті транспортно-логістичних кластерів. Вісник Хмельницького національного університету. Сер. Економічні науки. 2018. № 3. Т. 3. С. 178-182.
7. Іванов С.В. Транспортно-логістичні кластери в контексті розвитку транспортної системи України та окремо взятого економічного району. Економічний вісник Донбасу. 2018. № 1(51). С. 15-22.
8. Трушкіна Н. Логістичний кластер як форма партнерства в контексті сталого розвитку регіонів України. Стратегії глобальної конкурентоспроможності: глобальне партнерство для сталого розвитку: матеріали VI Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Черкаси, 22 березня 2019 р.). Черкаси: Черкаський державний технологічний університет, 2019. С. 26-28.
9. Трушкіна Н.В. Формування інтегрованої транспортно-логістичної системи в Україні: фінансово-правовий аспект. Emergence of public development: financial and legal aspects: monograph / Yu. Pasichnyk and etc.; Coventry University; The Academy of Economic Science of Ukraine. Agenda Publishing House, Coventry, United Kingdom, 2019. P. 619-629.
10. Трушкіна Н.В. Сучасний стан і тенденції інвестування розвитку транспортно-логістичної системи України в умовах перманентної кризи. Теорія та методологія формування інвестиційно-фінансової стратегії розвитку суб'єктів національного господарства: монографія / За ред. Л.М. Савчук, А.В. Череп; Нац. металургійна академія України, Запорізький нац. ун-т. Дніпро: Журфонд, 2019. С. 382-391.
11. Tryfonova O., Trushkina N. Transformation of the transport and logistics system of Ukraine in the context of sustainable development [Трансформація транспортно-логістичної системи України в контексті сталого розвитку]. Proceedings of the 1st International

- Scientific Conference Eastern European Conference of Management and Economics, May 24, 2019, Ljubljana, Slovenia. Ljubljana: Ljubljana School of Business, 2019. P. 231-233.
12. Blaik P. Logistyka. Konceptja zintegrowanego zarzadzania. Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 2010. 480 s.
 13. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. 14th edition. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall, 2014. 720 p.
 14. Мэрфи Пол Р., Вуд Дональд Ф. Современная логистика. 8-е изд. Москва: ООО «И.Д. Вильямс», 2017. 720 с.
 15. Бауэрсокс Дональд Дж., Клосс Дэйвид Дж. Логистика: интегрированная цепь поставок. 2-е изд. Москва: Олимп-Бизнес, 2017. 640 с.
 16. Ilchenko S.V., Karpenko H.Y. Assessment of the transport infrastructure impact on the regional development. Економічні інновації. 2017. Вип. № 65. С. 67-72. DOI: 10.31520/ei.2017.19.3(65).67-72.
 17. Laiko O., Kwilinski A. Tools for the improving of investment climate in territorial communities: challenges and perspectives for Ukrainian economy. Economics. Ecology. Socium. 2017. No 1 (1). P. 93-103.
 18. Goriup P., Laiko O.I., Chechovich Z.V. Sustainable development of economic systems: project-decentralization approach. Economic innovations. 2018. Vol. 20. Issue 3(68). P. 46-56. DOI: 10.31520/ei.2018.20.3(68).46-56.

MONEY, FINANCE AND CREDIT

Ilijana Zyberi,

Dr.

Lecturer, Faculty of Economy, University "Eqrem Çabej", Gjirokastra, Albania

Antoneta Polo,

Doc. Dr.

Lecturer, Faculty of Economy, University "Eqrem Çabej", Gjirokastra, Albania

Enkela Caca

Prof.Assoc.

Lecturer, Faculty of Economy, University "Eqrem Çabej", Gjirokastra, Albania

THE IMPACT OF PERSONAL FACTORS ON SATISFACTION AND LOYALTY OF E-BANKING CUSTOMERS

Abstract. *Nowadays e-banking has become an integral part of modern banking. Although in Albania, it is noted a positive trend in the use of e-banking, this service is not yet developed. Despite that large body of literature investigating e-banking, there is still a deficiency in analyzing factors that influence customers using electronic banking in the case of Albania. The purpose of this study is to identify and analyze the factors related to satisfaction and loyalty of customers to banks in view of the use of e-banking and to present some conclusions in order to improve the situation of e-banking in Albania. The study is based on primary data collected by the administration of 400 questionnaires in Gjirokastra district. Data are analyzed based on the analysis of variance. The study's findings show that average satisfaction varied according to areas of residence, gender and marital status, while the level of education was not identified as a factor that affects the average satisfaction of bank customers. Analysis of variance also revealed significant differences in the average loyalty by areas of residence, gender and level of education. This study reports that among customers with different marital status had no significant changes regarding average loyalty. These findings constitute a valuable contribution to the financial institutions, financial advisors, bank customers and prospective applicants.*

Key words: *electronic banking, satisfaction, loyalty, personal factors.*

INTRODUCTION

E-banking, also called online banking, e-payment and e-banking (Ozuru et al., 2010; Singhal and Padhmanbhan, 2008, Beer, 2006), is described as a tool where banking businesses conduct banking transactions through automated processes; electronic devices such as personal computers, telephones and faxes, internet card payments and other electronic channels (Ozuru et al, 2010). Compared with traditional banking, electronic banking offers facility, commodity and access to their consumers so they can use bank page for all transactions types in safe area. This increased level of ease offered by the bank, when combined with new services, can lead to the expansion of the bank's target customers beyond those of traditional markets. Karjaluoto et al. (2002) argued that "electronic banking is no longer limited by the aspect of time and geography. Consumers can collaborate with bank page 24 hours a day and seven days per week". E-banking brings benefits both to banks and its customers. From the perspective of e-banking, it has enabled the reduction of operational costs through the reduction of physical facilities and necessary staff resources, reductions that bring potential growth to sales performance and a large global reach (SAREL and Mamorstein, 2003). From the customer's perspective, e-

banking allows them to conduct a wide range of electronic banking transactions through the bank's website at any time and everywhere (Grabner-Kraeuter and Faullant, 2008). In addition, customers are no longer limited to bank schedules, travel and waiting times are no longer needed, access to banking information is now readily available (Hamleti, 2000).

LITERATURE REVIEW

Several studies have highlighted the impact of demographic factors on the purpose of customers to use e-banking. Study of Filotto, Tanzi and Saita (1997) has shown that norms of ATM approval were higher for young employees. Barnet as well (1998) showed that young customers felt more comfortable when using electronic banking. Karjaluoto (2002) in his study showed that the users of e-banking were younger than those who used traditional banking channels. All these findings indicate that older customers are less likely to favor e-banking.

As far as marriage status is concerned, when considering the electronic banking services, Stavins (2001) has identified that married customers were much willing to use these services.

The results of Katz and Aspden (1997) showed that males are more willing than females to use e-banking. Similarly, Karjaluoto (2002) showed that e-banking users were dominated by males. Using the results of these studies, it may be suggested that gender affects the choice of e-banking services.

Stavins (2001) identified that customers with high status (occupation) had more possibilities to use electronic banking services, so the status of employment is positively related to the choice of e-banking. Studies of Al-Ashban and Burney (2001) and Stavins (2001) have shown that with the increase of qualified and educational level of customers, the satisfaction and approval to get such e-banking service is also increased. Chan (1997) in his study has identified that the income was the only most important variable that implicated the use of credit cards. Empiric results of positive income implication in the approval of electronic banking can be found in the studies of Al-Ashban and Burney (2001), Stavins (2001) and Karjaluoto (2002).

Customer satisfaction

Customer satisfaction is his/her attitude towards a product / service as it is used (Solomon, 1996). A satisfied customer will repeat the service delivery and will convey positive messages about it to others (Dispensa, 1997). This has led to increased studies to measure customer satisfaction in recent years (Gulledge, 1996). It is important that banks have a system to constantly measure customer satisfaction (Chitwood, 1996). There is evidence to suggest that quality of service leads to customer satisfaction and helps maintain existing customers and attract new customers (Keiser, 1993, Lian, 1994a).

Loyalty

In today's competitive business world, many firms are focusing on achieving and maintaining a customer loyalty base. Caruana (2002) suggested that loyal customers are the foundation of any business. Much of the literature gives the impression that satisfied customers are automatically loyal customers. It is understandable that customer loyalty is important because it has a positive effect on long-term profitability (Ribbink et al., 2004).

Numerous studies have been conducted to identify the benefits that customer loyalty brings to an organization. Most of these researches are focused on the financial benefits stemming from customer retention, including: the initial cost of recognizing and attracting new clients; increase the number of purchases; opinion positive; increase the value of purchases; and customer understanding.

Loyalty is considered one of the key keys to achieving company success and sustainability on time (Keating et al, 2003). Loyal customers are less likely to switch to another competitor due to price incentives, and these customers turn out to make more purchases compared to less loyal customers (Baldinger and Rubinson, 1996).

THE PURPOSE AND OBJECTIVES OF THE STUDY

The purpose of this study is based on the current state of e-banking use in Albania to evaluate the impact that personal factors have on satisfaction and loyalty customers of banks in view of use of this banking product. In view of the above purpose the paper has the main objective:

Identification and assessment of personal factors relating to satisfaction and loyalty, of customers to banks in view of the use of e-banking. (focus on the region of Gjirokastra)

HYPOTHESIS AND METHODOLOGY

In the context of electronic banking, reviewing the literature allows us to identify the factors that affect the attractiveness of consumers in the use of e-banking.

The decision to use electronic banking services is the function of several variables (measured at 7 degrees according to Likert) and personal characteristics.

Variables will include: customer satisfaction and loyalty. Personal factors will include: age, gender, marital status, educational qualification and area of residence.

The hypothesis of the study are as follows:

Hypothesis 1: There are no differences between areas, gender, marital status, and education related to satisfaction

Hypothesis 2: There are no differences between areas, gender, marital status, and education related to loyalty

To measure and evaluate the impact of personal factors affecting satisfaction and loyalty of Gjirokastra district customers was conducted a questionnaire in three districts of Gjirokastra. Based on the analysis of multifactorial variance (ANOVA), was realized processing of survey data from which emerged the findings and certificates or not submitted hypotheses.

Variables that we get are mostly ordinal nature (the persons interviewed can be sorted by the values of variable 1-7), but also the nominal level (gender, area, education, marital status).

DATA ANALYSIS AND FINDINGS

The variance analysis (ANOVA) was used to measure and evaluate the impact of personal factors on customer satisfaction and loyalty. In the analysis of personal factors is considered gender, age, marital status, level of education and area of residence. Table 1 presents detailed information on sample composition according to personal factors.

Table 1

Sample by personal factors

	Frequency	Percent
A. PERSONAL FACTORS		
1. Gender	350	100.00 %
a) Female	186	53.14 %
b) Male	164	46.86 %
2. Age	350	100.00 %
a) below 18 years old	5	1.43 %
b) 18 -25 years old	88	25.14 %
c) 26 -35 years old	97	27.71 %
d) 36 -5 years old	68	19.43 %
e) 46 -55 years old	64	18.29 %
f) More than 56 years old	28	8.00 %
3. Marital status	350	100.00 %
a) Married	195	55.71 %
b) Single	132	37.71 %
c) Widowed	8	2.29 %
d) Divorced	15	4.29 %
4. Education level	350	100.00 %
a) Low education	13	3.71 %
b) Secondary Education	96	27.43 %
c) University education	211	60.29 %
d) Postgraduate education	30	8.57 %
5. Area of residence	350	100.00 %
a) Urban areas	287	82.00 %
b) Rural areas	63	18.00 %

Source: Developed by author

VARIANCE ANALYSIS

Hypothesis 1: There are no differences between areas, gender, marital status, and education related to satisfaction

Table 2

Analysis of variance for Satisfaction

Source	Sum of squares	Df	Mean square	F-Ratio	P-Value
MAIN EFFECTS					
A:Gender	3.93333	1	3.93333	3.10	0.0793*
B: Area of residence	7.48833	2	3.74416	2.95	0.0538*
C: Marital status	9.46378	3	3.15459	2.48	0.0606*
D: Education level	7.22448	3	2.40816	1.90	0.1299
Residual	431.757	340	1.26987		
TOTAL (CORRECTED)	461.205	349			

Source: According to data processed in the statistical program EViews

Note : *, **, *** indicates that the results are significant at the 10,5 and 1 percent respectively.

Referring to gender data, the results show a higher average satisfaction for female customers ($m = 5.57$) compared to male customers ($m = 5.31$). Fisher test

statistics ($F = 3.10$, $p = 0.0793 < 0.10$) support the above result suggesting that female customers are more satisfied with banking services than male customers.

Statistics show that the average satisfaction of rural customers is higher than the average satisfaction of urban area customers. The Fisher $F = 2.95$ test result is significant with $p = 0.0538 < 0.10$. This result suggests that rural customers are more satisfied with the banks than the customers in urban areas.

There are differences between customer groups according to marital status regarding satisfaction with banks. The Fisher test $F = 3.15$, results significant with $p = 0.0606 < 0.10$.

With regard to the average of satisfaction by the level of education, it is demonstrated that there are minor differences between the constituent groups. Based on the Fisher test ($F = 1.90$; $p = 0.1299 > 0.10$) these changes are generally statistically insignificant. This result shows that regarding the level of education there is no change in customer satisfaction.

Hypothesis 1: Is proved only for the education.

Hypothesis 2: There are no differences between areas, gender, marital status, and education related to loyalty

Tabela 3

Analysis of variance for Loyalty

<i>Source</i>	<i>Sum of squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean square</i>	<i>F-Ratio</i>	<i>P-Value</i>
MAIN EFFECTS					
A: Gender	4.83218	1	4.83218	3.32	0.0695*
B: Area of residence	21.8413	2	10.9207	7.49	0.0007***
C: Marital status	8.4	3	2.8	1.92	0.1258
D: Education level	33.3579	3	11.1193	7.63	0.0001***
Residual	495.401	340	1.45706		
TOTAL (CORRECTED)	566.934	349			

Source: According to data processed in the statistical program EViews

*Note : *, **, *** indicates that the results are significant at the 10, 5 and 1 percent respectively.*

Statistics show that average loyalty to women is higher than the average male loyalty. The Fisher test $F = 3.32$, results significant with $p = 0.0695 < 0.10$. This result suggests that women are more loyal to banks than men.

Referring to residential area data, the results show a higher fidelity average for rural area customers ($m = 5.53$) compared to urban area customers ($m = 5.18$). Fisher test statistics ($F = 7.49$, $p = 0.0007 < 0.10$) support the above result, suggesting that rural customers are more loyal to banks than urban customers.

Regarding the average of loyalty by marital status, it is demonstrated that minor differences exist between constituent groups. Based on the Fisher test ($F = 1.92$; $p = 0.1258 > 0.10$) these changes are statistically insignificant. This result shows that despite the marital status there is no change in customer loyalty to the bank.

There are differences between groups of customers with different levels of education regarding loyalty to banks. The Fisher test $F = 7.63$, results significant with $p = 0.0001 < 0.10$. This result suggests that customers with higher education and postgraduate education are more loyal to banks than middle and low-end customers.

Hypothesis 2: Is proved only for the marital status

CONCLUSIONS

The purpose of this study is to identify and evaluate factors related to customer satisfaction and loyalty to banks from the point of view of using e-banking. Using variance analysis (ANOVA), it was found that average satisfaction varied by area of residence, gender, and marital status. Rural area customers were more satisfied than those in urban areas. Also this study suggests that female customers are more satisfied with e-banking services than male customers. It was also found that married and divorced customers are more satisfied than other groups classified by marital status. This finding is in line with Stavins' (2001) study findings, which identified that married customers were more inclined to use these services. The level of education was not identified as a factor that affects the average satisfaction of bank customers. On the other side, studies by Al-Ashban and Burney (2001) and Stavins (2001) have shown that with the increase of the educational and qualification level of clients, the adoption of electronic banking services increases.

Analysis of variance also revealed significant differences in the average loyalty by area of residence, gender and level of education. More specifically, rural area customers are more loyal to the average than those in urban areas, female customers are more loyal to banks than male customers, and higher education and postgraduate students are more loyal to banks than middle-class customers and low. This study reports that among customers of different marital status there are no significant changes regarding average loyalty. The results of this study show that banks should pay greater attention to the increased customer satisfaction and loyalty they have towards banks to help not only maintain their existing customers but also increase the number of new clients.

References:

1. Al-Ashban, A. A. and Burney, M. A. (2001) "Customer Adoption of Tele-Banking Technology: the Case of Saudi Arabia", *The International Journal of Bank Marketing*, 19(4/5), pp.191-200.
2. Baldinger A L and Rubinson J (1996), "Brand Loyalty: The Link Between Attitude and Behavior", *Journal of Advertising Research*, Vol. 36, No. 6, pp. 22-34.
3. Barnett, C. (1998) "Virtual Communities and Financial Service: On-Line Business Potentials and Strategies Choice", *The International Journal of Bank Marketing*, 16(4), pp.161-169.
4. Beer, Stan (2006). "Customers Preference on Internet Banking, Survey" (Retrieved from <http://www.itwire.com/content/view/4570/53> on March 20, 2009).
5. Caruana, A. (2002), "service loyalty: The effects of service quality and the mediating role of customer satisfaction", *European Journal of Marketing*, Vol. 36, Nos.7/8, pp. 811-828.
6. Chan, R. Y. (1997) "Demographic and Attitudinal Differences Between Active and Inactive Credit Cardholders - the Case of Hong Kong", *The International Journal of Bank Marketing*, 15(4), pp.117.
7. Chitwood, R. (1996), "Selling in a non-sales environment", *Bank Marketing*, Vol. 28 No. 7, pp. 41-2.
8. Dispensa, G. (1997), "Use logistic regression with customer satisfaction data", *Marketing News*, p. 13.
9. Filotto, U., Tanzi, P, M., and Saita, F. (1997), "Customer Needs and Front-Office Technology Adoption", *The International Journal of Bank Marketing*, 15(1), pp.13.
10. Grabner-Kräuter, S., & Faullant, R. (2008), "Consumer acceptance of internet banking: the influence of internet trust", *International Journal of bank marketing*, Vol.26 (7), pp. 483-504.

11. Gullledge, L. (1996), "Satisfaction measurement is more than doing surveys", *Marketing News*, Vol. 30 No. 22, October 22, p. 8.
12. Hamlet, C. (2000), "Community banks go online, American Bankers Association". *ABA Journal*, Vol.92(3).
13. Karjaluoto, H. (2002) "Selection Criteria for a Mode of Bill Payment: Empirical Investigation among Finnish Bank Customers", *International Journal of Retail and Distribution Management*, 30(6), pp. 331-339.
14. Keating, B., Rugimbana, R. and Quazi, A. (2003), "Differentiating between Service Quality and Relationship Quality in Cyberspace", *Managing Service Quality*, Vol. 13, No. 3, pp. 217-232.
15. Keiser, A. (1993), "Keeping the customer satisfied begins with asking questions", *Bank Management*, Vol. 69 No. 10, pp. 48-53.
16. Lian, T. (1994a), "Customer retention through service quality", *Bank Marketing*, Vol. 26 No. 1, pp. 15-20.
17. Ozuru, H. N; Chikwe, J. E and Idika Uduma (2010). "The use of Traditional payments and electronic payments systems in Nigeria: A discourse". *Proceedings of the 11th Annual Conference of International Academy of African Business and Development*.
18. Ribbink, D., van Riel, A.C.R., Liljander, V. and Streukens, S. (2004), "Comfort Your Online Customer: Quality, Trust and Loyalty on the Internet", *Managing Service Quality*, Vol. 14, No. 6, pp. 446-456.
19. Singhal, D and V.Padhmanabhan (2008). "A study on Customer Perception Towards internet Banking: Identifying major contributing factors". *The Journal of Nepalese Business Studies*. V (1), 101 – 111.
20. Stavins, J. (2001) "Effect of Consumer Characteristics on the Use of Payment Instruments", *New England Economic Review*, No. 3, pp. 19-31.
21. Solomon, M. (1996), *Consumer Behavior*, 2nd ed., Allyn & Bacon, Boston, MA p. 346.
- Surprenant, C.F. and Solomon, M.R. (1987), "Predictability and personalization in the service encounter", *Journal of Marketing*, No. 51, pp. 86-96.

STATE ADMINISTRATION, SELF-GOVERNMENT AND GOVERNMENT SERVICE

Lidiia Karpenko,

Doctor in Economics, Professor of the Economic and Financial Policy Department

Volodymyr Vareshchenko

Post Graduated Student

Odessa Regional Institute for Public Administration of the National Academy for Public Administration under the President of Ukraine, Ukraine

INNOVATIVE DOMINANTS IN THE PROCESS MODELING OF REGIONAL STRATEGIES: POLICY OF TERRITORIES DEVELOPMENT

Abstract. *This paper investigates the innovative dominants in the process modelling of international strategies in the coordinates of globalization changes and European integration. The conceptual bases for the development of strategic planning programs in international business are examined. A number of economic and mathematical models for evaluating investment processes and justifying the development of international strategies, their variability and optimality are proposed. The application of new mechanisms of innovative development of the economy and its investment support is justified. In the article there is the research main vectors in the process modelling of regional strategies, innovative forms of investment which are used widely: crowdfunding, crowdinvesting, crowdsourcing. Also in the article crypto currency is researched by the author, it is the subject form of strategy and innovative dominant of monetary policy. Theoretical and methodological basis of the research consist of the research of modern economic concepts of management, informatization, and system theory. The objective of research consists in defining programmatic and methodological basic concepts for analysis of innovation activity, systematization of analytic indicators of industrial enterprises.*

Key words: *controlling, investment controlling, investment activities, financial and economic security, mmanagement stages, budgeting system, crowdfunding, crowdsourcing, crowdinvesting, investment, multibusiness companies, crypto currency.*

The problem statement. Principal conditions of economic development are accumulated research and technology, industrial, investment potential, institutional impact on technological progress and state support of innovative transformations. Economic deformations prove expediency for activating and increasing of innovation investment processes efficiency in the industry and minimization of impact of factors slowing them down. Considerable impact on innovation investment activity, market dominance, compositeness in the industry has capacity of innovation potential. Under these conditions, the study of theoretical principles and practical measures concerning the development of domestic production by means of implementation of its innovative potential assumes significance.

The latest researches and publications analysis. Research of potential strategy in the foreign market, structure and methods for evaluation, innovation and investment into enterprises development features of the strategic planning of the enterprise foreign economic activity, investment controlling in the system of financial and economic security were conducted in the studies by foreign and domestic scientists.

For example, Hilorme (2018) presents innovative methods for the development of industries. Fabozzi (2008) explores investment management. Authors like Elton, Gruber, Brown or Goetzmann (2014) investigate the question of modern

portfolio theory and investment analysis. Pearce (2013), for instant, had dedicated his works to strategic management, formulation, implementation, and control. Karpenko and Filyppova (2016) are working on the issues of strategic competitive analysis of innovative enterprises development and predictive validity. Some economists explore development issues of innovation policy of the European Union and West Africa (Lipková 2012, Kovarova 2016). Analysis of the recent scientific materials indicates the results of comprehensive research on the development and implementation of the innovation and investment mechanism elements, improvement of the investment climate, economic and statistical calculations, and modelling of functioning of enterprise development strategy in the foreign markets.

Problem Formulation. The purpose of the paper is to study the innovative dominants in the process modelling of regional strategies in the coordinates of globalization changes and European integration; analysis and characterization of the investment control management steps. The secondary goal of this paper is to analyze main vectors in the process modelling of international strategies, innovative forms of investment which are used widely: crowdfunding, crowdinvesting, crowdsourcing. Also in the article crypto currency is researched by the author, it is the subject form of strategy and innovative dominant of monetary policy.

Key research findings. Lets begin our research with factor models. There are three types of factor models being used today to manage equity portfolios: statistical factor models, macroeconomic factor models, and fundamental factor models. In a *statistical factor model*, historical and cross-sectional data on stock returns are tossed into a statistical model. The statistical model used if principal components analysis, which is a special case of a statistical technique called factor analysis. The goal of the statistical model is to best explain the observed stock returns with “factors” that are linear return combinations and uncorrected with each other. Because of the problem of interpretation, it is difficult to use the factors from a statistical factor model for valuation and risk control. Instead, practitioners prefer the two other models described below, which allow them to prosperity meaningful factors and, thus, produce a more intuitive model [1, p.148].

In a *macroeconomic factor model*, the inputs to the model are historical stock returns and observable macroeconomic variables. These variables are called raw descriptors. The goal is to determine which macroeconomic variables are pervasive in explaining historical stock returns. Those variables that are pervasive in explaining the returns are then the factors that are included in the model. The responsiveness of a stock to these factors is estimated using historical time-series data. Two examples of proprietary macroeconomic factor models are the Burmeister, Ibbotson, Roll, and Ross (BIRR) model and the Salomon Smith Barney model.

The next, we are going to describe the Life Cycle-Competitive Strength Matrix. One criticism of the first two portfolio methods was their static quality their portrayal of businesses as they exist at one point in time, rather than as they evolve over time. A third portfolio approach was introduced that attempted to overcome these deficiencies and better identify “developing winners” or potential “losers.” This approach uses the multiple-factor approach to assess competitive strength as one dimension and stage of the market life cycle as the other dimension.

The next, some words about the question does our Business Portfolio Achieve Appropriate Levels of Risk and Growth. Diversification has traditionally been recommended as a way to manage, or diversify, risk. Said another way, “not having all your eggs in one basket” allows corporate managers to potentially reduce risk to company stockholders. Balancing cyclical revenue streams to reduce earnings volatility is one way diversification may reduce risk. So managers need to ask this question as a part of their strategic analysis and subsequent choice. Likewise, revenue growth can be enhanced by diversification. Many companies in the hazardous waste industry maintained the steady growth investors had come to expect by continuously making acquisitions of other businesses to gain immediate sales growth. Indeed, Strategy in Action, reports that Generation X managers are much more comfortable with “M&A” diversification growth than their elderly counterparts, with the exception of GE legend Jack Welch [2, p.1-10].

Table 1

**Considered in Constructing an industry Attractiveness –
Business Strength Matrix (systematized by the author on [3;4;5])**

Industry Attractiveness	Business Strength
Nature of Competitive Rivalry	Cost Position
Number of competitors	Economies of scale
Size of competitors	Manufacturing costs Overhead
Strength of competitors` corporate parents Price wars	Scrap/waste/rework Experience effects Labor rates
Competition on multiple dimensions	Proprietary processes
Bargaining Power of Suppliers/Customers	Level of Differentiation
Relative size of typical players	Promotion effectiveness
Numbers of each	Product quality
Importance of purchases from or sales to Ability to vertically integrate	Company image
Threat of Substitute Products/ New Entrants	Patented products
Technological maturity/stability	Brand awareness
Diversity of the market	Response Time
Barriers to entry	Manufacturing flexibility
Flexibility of distribution system	Time needed to introduce new products
Economic Factors	Delivery times
Sales volatility	Organizational flexibility
Cyclicalities of demand	Financial Strength
Market growth	Solvency
Capital intensity	Liquidity
Financial Norms	Break-even point Cash flows Profitability Growth in revenues
Average profitability	Human Assets
Typical leverage	Turnover Skill level
Credit practices	Relative wage/salary Morale
Sociopolitical Considerations	Managerial commitment Unionization
Government regulation	Public Approval
Community support	Goodwill
Ethical standards	Reputation
	Image

In the process modelling of international strategies, innovative forms of investment are widely used: crowdfunding, crowdinvesting, crowdsourcing. Crypto currency is the subject form of strategy and innovative dominant of monetary policy.

Today, in modern international practice, a new innovative monetary policy tool has emerged - the crypto currency. Crypto currency is a type of digital currency whose issuance and accounting is based on asymmetric encryption and the use of various cryptographic protection methods. Crypto currency is a kind of digital money based on cryptography technology, that is, data encryption. It does not have a physical appearance, and exists only in electronic form. Its main features are anonymity, decentralization and security. Crypto currencies are functioning decentralized in a distributed computer network. They are not in the banknotes that you could touch. They exist in the digital world. Total crypto currency on our planet has already been invented and created about a thousand. The main experts allocate up to 15. Bitcoin (bitcoin) leads in terms of volume (and cost), ethereum, bitcoin cash, ripple, litecoin, dash and others breathe in the back of his head. This is what the "rating" cryptocurrency looks like according to the Coinmarketcap.com crypto currency aggregator from the stock exchanges as of August 28, 2017.

The next we are going to study bitcoin. This is still the most powerful crypto currency. Last year, it cost about 2 thousand dollars for 1 bitcoin (at the beginning of its history, in 2010, bitcoin cost 0.005 USD), and on August 13, 2017 it was given 4164.87 dollars. Then, in just one day, the rate of this crypto currency jumped by more than 10%. However, the cost of a large number of crypto currencies has increased significantly since their appearance. And as a percentage, bitcoin has grown less over the last year [6, p.177].

Conclusions. As a result, we will summarize – how *Well Do Multi-Index Models Work*. This article has demonstrated liability funding strategies that involve designing a portfolio to produce sufficient funds to satisfy liabilities whether or not interest rates change. When only one future liability is to be funded, an immunization strategy can be used. An immunization strategy is designed so that as interest rates change, interest rate risk and reinvestment risk will offset each other in such a way that the minimum accumulated value becomes the target accumulated value. An immunization strategy requires that a money manager create a bond portfolio with duration equal to the investment horizon. Because immunization theory is based on parallel shifts in the yield curve, the risk is that a portfolio will not be immunized even if the duration-matching condition is satisfied.

Crowdfunding gains steam today and to become one of the most convenient and popular ways of collecting investments for a startup projects. Nevertheless, not everything is as iridescent as can seem at first sight. The main advantage - this niche is absolutely free in Ukraine and at the same time on the similar project there is a huge public inquiry.

At the end, this study provides the analytical basis of the integrated management analysis of innovative activities of domestic enterprises in a competitive environment, to determine the innovation potential of the industry by means of using predictive validity. Results of research can be used for acceptance of justified managerial decisions of innovative development of enterprises, administrative tracking of functioning of the organisation.

References:

1. CASIDY, R. (2014): Linking Brand Orientation with Service Quality, Satisfaction, and Positive Word-of-Mouth: Evidence from the Higher Education Sector In: Journal of Nonprofit and Public Sector Marketin, 2014, 26 (2), pp. 142–161.
2. HILORME, T. (2018): Innovative methods of performance evaluation of energy efficiency projects. In: Academy of Strategic Management Journal, 2018, 17 (2), pp.1-10.
3. DROBYAZKO, S. (2018): Innovative model of enterprises personnel incentives evaluation. In: Academy of Strategic Management Journal, 2018, 17 (3), pp. 1-6.
4. KARPENKO, L. (2018): Base alternatives and the paradigm of impact investing development in the coordinates of globalization changes and euro integration. In: Proceedings of the 4th International Conference on European Integration 2018. Ostrava: VSB Technical University of Ostrava, 2018, pp. 659-668.
5. KARPENKO, L.(2019). Formation of the system of fair business practice of the company under conditions of corporate responsibility. Academy of Strategic Management Journal, London, 18 (2), pp.1-8.
6. LIPKOVA, L. (2012): Innovation Policy of the European Union. In: Proceeding of the 1st International Conference on European Integration 2012. Ostrava: VSB-Technical University of Ostrava, 2012, pp. 171-178.

LAW

Soldatenko Oksana

Doctor in Law, Professor

State Research Institute of the Ministry of Interior of Ukraine (Ukraine, Kyiv)

STATE OF AFFAIRS IN THE FIELD OF GIFT DECLARATIONS IN UKRAINE: LEGAL ISSUES

Солдатенко Оксана

д.ю.н., професор

Державний науково-дослідний інститут МВС України

СТАН ДЕКЛАРУВАННЯ В УКРАЇНІ ПРОКУРОРАМИ ТА ПОЛІЦЕЙСЬКИМИ ПОДАРУНКІВ: ПРОБЛЕМИ ПРАВОЗАСТОСУВАННЯ

***Abstract.** The article presents the facts of the declaration of gifts by law enforcement officers of Ukraine. It has been proved that the introduction of electronic declaration did not solve the problem of masking unlawful benefits. This situation requires a change in the restrictions on receiving gifts to prohibit them from obtaining.*

***Key words:** gifts, prosecutors, police officers, declaration of gifts, unlawful profit.*

***Анотація.** У статті наведено факти декларування подарунків працівниками правоохоронних органів України. Доведено, що запровадження електронного декларування не вирішило проблему маскуванню неправомірної вигоди. Така ситуація вимагає зміни обмеження щодо отримання подарунків на заборону їх отримання.*

***Ключові слова:** подарунки, прокурори, поліцейські, декларування подарунків, неправомірна вигода.*

Посадових та службових осіб органів прокуратури і поліцейських відповідно до статей 3, 45 Закону України «Про запобігання корупції» від 14 жовтня 2014 року № 1700-VII віднесено до суб'єктів декларування, на яких поширюються заходи фінансового контролю, передбачені статтями 45, 52 зазначеного Закону. Основним із них є подання на офіційному веб-сайті Національного агентства з питань запобігання корупції декларації(е-декларації) за визначеною Національним агентством формою.

Питання електронного декларування у т. ч. й подарунків, зокрема працівниками правоохоронних органів досліджено у працях О. Резніка й А. Стеблянка, К. Чишко, М. Кучерявенка та Є. Смичка, Т. Коломоєць і П. Лютікова, В. Марченка та інших.

Згідно з вимогами пункту 7 частини першої статті 46 вказаного вище Закону, одержані декларантом або членом його сім'ї подарунки будь-якого виду, у тому числі від близьких осіб, якщо вартість одного подарунка перевищує 5 прожиткових мінімумів, встановлених для працездатних осіб на 1 січня звітного року (наприклад, станом на 01.01.2018 р. – 8 810 грн, на 01.01.2019 р. – 10 510 грн), підлягають відображенню у розділі 11 «Доходи, у тому числі подарунки» е-декларації незалежно від того, чи перебуває такий подарунок у декларанта або члена його сім'ї станом на 31 грудня звітного року. У полі «Джерело доходу» розділу 11 «Доходи, у тому числі подарунки» декларації зазначається

інформація від кого саме суб'єкт декларування або член його сім'ї отримав дохід.

Для початку наведемо узагальнену інформацію про стан декларування доходів та майна прокурорів і працівників Міністерства внутрішніх справ України за 2014 рік (Таблиця 1).

Таблиця 1

Узагальнені дані про стан декларування судьями, прокурорами, працівниками МВС України доходів та майна за 2014 рік*

	Судді		Прокурори		МВС	
	Декларант	Сім'я	Декларант	Сім'я	Декларант	Сім'я
Доходи, грн.	258 187	92 145	139 826	79 425	88 903	36 693
Нерухомість, м ²	89	70	65	54	45	42
Земельні ділянки, м ²	2 012	4 112	1 700	1 535	1 141	1 128
Вклади, грн.	33 666	42 377	12 701	21 847	10 085	5 241
Трансп. засоби, шт.	0.7	0.5	0.6	0.4	0.6	0.4
Зобов'язання, грн.	19 194	18 566	8 047	3 044	6 733	2 824

*Джерело: <https://www.pravda.com.ua/articles/2016/07/12/7114454/>.

З даних за 2014 рік, наведених у таблиці, можна зробити висновок, що в цілому всі показники (зокрема співвідношення доходів самих декларантів та членів їх сімей) є відносно пропорційними, що може свідчити про правдивість наведеної у деклараціях інформації. Водночас зазначимо, що, починаючи вже з 2015 року і протягом 2016–2018 рр., як свідчать дані Єдиного державного реєстру декларацій осіб, уповноважених на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, запровадження електронного декларування спонукає службових (публічних) осіб з низькою офіційною заробітною платою отримувати від своїх родичів або знайомих десятки мільйонів гривень у вигляді подарунків, які використовуються ними для придбання автомобілів представницького класу та елітного житла.

Так, наприклад, подарунок вартістю понад 1 млн грн зазначив у змінах до своєї декларації один із керівників слідчого управління Головного управління Національної поліції в Кіровоградській області, а саме – Toyota Land Cruiser 200, 2008 року випуску вартістю 1,08 млн грн [1]. У е-декларації зазначено, що автомобіль йому подарувала його баба, при цьому річний дохід декларанта у вигляді заробітної плати у 2015 році склав 78 тис. грн [2], у 2016 році – 105,6 тис. грн [3], у 2017 – 159,2 тис. грн [4], у 2018 році – 196,4 тис. грн [5] – тобто, вартість отриманого подарунка удвічі перевищує суму заробітної плати декларанта за чотири роки.

За підрахунками “Главкома” [6], у 2017 році 25 прокурорів різних рівнів отримали подарунки на суму 10 млн грн., зокрема: один із прокурорів Генеральної прокуратури України задекларував подарунок від свого батька у сумі 1216 тис. грн, що дозволило йому придбати квартиру вартістю 1196 тис. грн. Доходи у вигляді заробітної плати цього декларанта за роками становили: 2015 р. – 223,6 тис. грн; 2016 р. – 228,8 тис. грн; 2017 р. – 413,4 тис. грн; 2018 р. – 505 тис. грн [7]. Інший прокурор Генеральної прокуратури України отримав

від батька в подарунок 338 тис. грн, що сприяло придбанню ним автомобіля Peugeot 3008 2017 року випуску вартістю 865 тис. грн., при сумі одержаної заробітної плати за рік 495 тис. грн [8].

У 2017 році 807 тис. грн отримав у подарунок також від батька – прокурора, прокурор Київської місцевої прокуратури № 2. При цьому його заробітна плата за рік склала 265 тис. грн, що не завадило йому у цьому ж році придбати автомобіль Volkswagen Tiguan вартістю 1109 тис. грн.

Керівник Білгород-Дністровської місцевої прокуратури Одеської області отримав у подарунок 520 тис. грн від своєї тещі, 90 тис. грн – від тестя, 50 тис. грн – від матері та 52 тис. грн – від третьої особи. Подарунок у сумі 60 тис. грн отримала також і дружина декларанта – це дозволило до заробітної плати у сумі 380 тис. грн [9] додатково залучити 772 тис. грн у вигляді подарунків [10].

В цілому, аналіз декларацій, заповнених прокурорами та поліцейськими, спонукає до висновку, що майже в усіх деклараціях допущено помилки при декларуванні подарунків [11], у зв'язку з чим ними подавалися уточнені декларації та форми змін до декларацій. Така ситуація підтверджує актуальність та необхідність розроблення Методичних рекомендацій для працівників прокуратури та поліцейських з питань застосування антикорупційного законодавства в частині обмеження щодо одержання подарунків. Крім того, з наведених фактів можна зробити висновок: можливість декларування подарунків особами, уповноваженими на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, сприяє маскуванню отримуваної неправомірної вигоди та уникненню від кримінальної відповідальності за її отримання (ст. 368 Кримінального кодексу України), що не дозволяє говорити про наявність в Україні ефективного антикорупційного законодавства. У цьому зв'язку доцільно підтримати наукову позицію Т. Коломоєць та Р. Кукурудз [12] про необхідність у впровадженні заборонної (замість обмежувальної) правової моделі врегулювання відносин щодо подарунків для публічних службовців, з метою забезпечення реалізації реальних запобіжних заходів у сфері попередження корупційних ризиків та досягнення ефективних результатів у сфері боротьби з корупцією.

Література:

1. Кропивницький слідчий задекларував подарунок вартістю понад мільйон гривень. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prozoro.in.ua/news/kropivnitskij-slidchij-zadeklaruvav-podarunok-vartistyu-ponad-miljon-griven>.
2. Декларації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://declarations.com.ua/declaration/nacr_03a06986-d141-4168-90d1-8f444e97fe13.
3. Декларації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://declarations.com.ua/declaration/nacr_8c9ca7d1-1b1b-422d-b4c6-d558b71de7f7.
4. Декларації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://declarations.com.ua/declaration/nacr_4ce52423-83a5-402a-b9d8-cd8a74aa9a8c.
5. Декларації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://declarations.com.ua/declaration/nacr_da2e3f4d-4fc8-41c0-999e-9d49f69d8a7a.
6. Мільйон у подарунок. Як чиновники живуть на одну зарплату. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://glavcom.ua/publications/milyon-u-podarunok-yak-chinovniki-zhivut-na-samu-zarplatu-419319.html>.

7. Декларації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://declarations.com.ua/declaration/nacr_31c3f352-585e-474f-aefd-253b4c888908.
8. Декларації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://declarations.com.ua/declaration/nacr_d0b912bb-b87f-430c-8447-d15886548f4a.
9. Декларації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://declarations.com.ua/declaration/nacr_9077a58e-9ce5-4d56-b50d-b7f76b323a0a.
10. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://antikor.com.ua/articles/254601-prokuror_vitalij_goloshchak_tsinichna_brehnja_v_deklaratsiji_ta_miljionni_podarunki_vid_teshchi_ta_t.
11. https://declarations.com.ua/declaration/nacr_a1afbe30-3616-48bb-9d90-d4ed06464049.
12. Коломоєць Т. О. Кукурудз Р. О. Подарунки для публічних службовців в Україні: заборона, обмеження чи дозвіл як оптимальна модель правового регулювання. // Юридичний науковий електронний журнал. – 2018. – № 1. – С. 96.

MANAGEMENT

Daniel Parushev

PHD –Student

Faculty – Management and Administration, Department - Management
University of National and World Economy – Sofia, Bulgaria

ASSESSMENT OF LUKOIL'S COMPETITIVENESS IN BULGARIA

Abstract. *In today's business development conditions, characterized by high dynamics of the external environment, intensification of competition in the sectoral markets (fuel market), rapid development of information technologies and globalization of the economy, the issues related to the increase of the competitiveness. In business practice, there are many examples of companies that make big losses due to lack or inaccurate forecasting of changes in the competitive environment and their internal capabilities, as well as due to a mistaken choice of approach to enhancing the competitiveness of the enterprise. Therefore, the acquisition of knowledge and skills for competitiveness and the methods for its assessment, the mastering of approaches and strategies for enhancing the competitiveness of the enterprise is becoming a very topical problem for current and future managers of organizations. Competitiveness is manifested through competitive advantages (advantages). Creating an advantage requires insights into new ways of competing and ready to take risks and invest in their implementation in practice. Different competitive advantages of product, organization and state are distinguished. In this article we will analyze in particular the competitive advantages of Lukoil in Bulgaria.*

Key words: *competitiveness, competitive advantage, competitive strategies, Lukoil.*

Резюме: *В съвременните условия на развитие на бизнеса, характеризиращи се с висока динамичност на външната среда, засилване на конкуренцията на отрасловите пазари (пазара на горива), стремително развитие на информационните технологии и глобализация на икономиката, все по – голяма актуалност придобиват въпросите свързани с повишаването на конкурентоспособността. В стопанската практика има много примери за предприятия, които реализират големи загуби поради липса или неточно прогнозиране на промените в конкурентната среда и на своите вътрешни възможности, както и поради погрешен избор на подход за повишаване на конкурентоспособността на предприятието. Ето защо придобиването на знания и умения за конкурентоспособността и методите за нейната оценка, овладяването на подходите и стратегиите за повишаване на конкурентоспособността на предприятието се превръща в много актуален проблем за настоящите и бъдещи мениджъри на организации.*

Конкурентоспособността се проявява чрез конкурентни преимущества (предимства). Създаването на предимство изисква прозрения за нови начини на конкуриране и готовност да се поемат рисковете и да се инвестира в прилагането им на практика. Различават се конкурентни предимства на продукта, организацията и държавата. В настоящата статия ще анализираме по-конкретно конкурентните предимства, на Лукойл в България.

Ключови думи: *конкурентоспособност, видове конкурентоспособност, конкурентоспособни стратегии.*

1. ВЪВЕДЕНИЕ

В съвременните условия теорията за конкурентоспособността заема все по-важно място в икономическата и управленска теория. Тя дава систематизирани знания за това, как да се постигне дълготраен успех в конкурентната борба и е свързана с повишаването на равнището на

рентабилност на предприятието и разширяване на неговото пазарно присъствие.

2. ПРЕГЛЕД НА ЛИТЕРАТУРАТА

Конкурентоспособността (Competitiveness) (Стоянова 2018) се свързва с дадена характеристика на фирмата, която ѝ позволява да се конкурира ефективно с други фирми. Конкурентоспособността оценява дадена стока, услуга, фирма, страна и др. от гледна точка на способността им да се конкурират успешно на пазара. Конкурентоспособността на равнище фирма (Porter 1990) се определя чрез агрегиране на два съставни показателя за функциониране на фирмите и за бизнес средата. Фирмената конкурентоспособност представлява съвкупност от тези „фирмени характеристики”, изразяващи равнището на придобито предимство спрямо конкурентите на един или на всички продуктови пазари. Продуктовата конкурентоспособност е най-ниското ниво и е предпоставка за конкурентоспособността на фирмено ниво, а от там и на ниво отрасъл и държава. В основата на конкурентоспособността стоят конкурентните предимства на организацията (Ambastha, 2002), и по-конкретно онези активи и характеристики на фирмата (оборудване, търговска марка, собствени източници на суровини, гъвкавост, адаптивност, квалификация на персонала и др.) даващи ѝ преимущество над съперниците в конкурентната борба. Фирмите се конкурират, използвайки ценовата политика, различни вариации в качеството на продукта, а както и чрез избора на пазарна ниша на която да добият монополно положение. Понякога избора на пазарна ниша се обуславя от това, дали фирмата може да реализира технологично или техническо преимущество чрез иновации.

Практиката в дейността на много фирми показва, че един от решаващите фактори за конкурентоспособност и условие за иновации се явява достъпа до информация (Mc Gahn, 1999). Формирането на база данни за клиентите, за техните предпочитания, за регулациите и законите, позволява на фирмата да реагира навреме при промени. Иновациите могат да дойдат от нова компания, чийто основател е с нетрадиционна подготовка или не е бил оценен в по-стара, наложила се фирма. Новаторството може да се появи, когато компанията се диверсифицира, вливайки нови ресурси, умения или гледни точки в друг отрасъл. С малки изключения, новаторството е резултат от необичайни усилия. Фирмата, успешно прилага нови или усъвършенствани начини за конкуриране с тази, която упорито следва подхода си, често пред лицето на редица пречки.

По много от тези причини компаниите, които правят иновации, обикновено не са наложилите се лидери или даже големи фирми. Всякакви икономии от мащаба в изследователската и развойната дейност, които биха могли да са в услуга на подобни фирми, биват надхвърляни по значение от факта, че, доста нововъведения не включват сложна технология, а крупните фирми се изправят пред множество бариери при идентифицирането и използването на прекъсването в развитието.

Друг фактор увеличаващ конкурентната способност на организациите е човешкият фактор (Stoyanova, Angelova, 2018). Активното участие на персонала на фирмата в организационните и финансови иновации, формирането на екипи,

развитието на корпоративната култура, стремежът за постоянно повишаване на ефективността – всичко това става не само средство за сплотяване на хората в организацията, но и нейно устойчиво конкурентно предимство.

Успехите на много съвременни организации в значителна степен се определят от това доколко успешно си взаимодействат хората в тях. Затова обучението на сътрудниците се превръща във важна функция на мениджмънта. Практически всички водещи световни компании създават цялостна система за развитието на персонала, неговото обучение и повишаване на квалификацията му. Обучението на персонала се превръща в относително самостоятелен фактор за формирането на иновативен дух във фирмата, създава предпоставки за постоянна адаптация към променящите се условия на средата, повишава конкурентоспособността.

Конкурентните преимущества на организацията в съвременните условия много често се формират в областта на маркетинга, обслужването, НИРД, управленските и финансови иновации.

3. ИЗСЛЕДВАНЕ

Обект на настоящото изследване е конкурентоспособността на ЛУКОЙЛ на българския пазар. Компанията е търговско дружество с огромен икономически и човешки потенциал и с утвърден авторитет. Тя е лидер в търговията и дистрибуцията на висококачествени горива, полимери и нефтохимикали, производство на „ЛУКОЙЛ Нефтохим Бургас“ АД. „ЛУКОЙЛ-България“ ЕООД е създадена през 1998 г. Развитието на веригата бензиностанции Лукойл започва от 1999 г., след приватизацията на най-голямата рафинерия на Балканския полуостров Лукойл Нефтохим Бургас. В първите 5 години от своето съществуване, дружеството концентрира своята дейност върху развитието на модерна верига бензиностанции в цялата страна, като довежда техния брой до 120. За значителния си принос в българската икономика, през 2003 г. компанията е обявена за Инвеститор на годината, а в 2004 г. е наградена с Голямата награда „Златен портфейл“. В следващите години „ЛУКОЙЛ-България“ се утвърждава стабилно на позицията на маркет-мейкър и традиционно заема лидерски позиции в рейтингите на най-голяма компания, данъкоплатец на годината, най-голям работодател и др. „ЛУКОЙЛ-България“ е сред най-големите компании в Източна Европа в рейтинга Top 100 на международната агенция SeeNews. Лукойл е най-динамично развиващата се на българския пазар на течни горива. Развитието на „ЛУКОЙЛ България“ ЕООД, като част от нефтената компания ОАО „ЛУКОЙЛ“, е тясно свързано със стратегическата цел на компанията — да се утвърди като една от водещите петролни компании в света.

Управлението на цялостната дейност, устойчивото екологично развитие, осигуряването на здравословни и безопасни условия на труд, както и ефективното управление на енергията, са съобразени с европейските и държавни нормативни актове и отговорностите към обществото.

Основните конкурентни предимства на Лукойл, намират израз в няколко направления: местоположението на бензиностанциите, предлаганите от тях карти за отстъпки и допълнителни услуги, качеството на горивата и

предлаганите пазарни цени, разпознаваемост на марката. Поради тази причина ще се спрем по-подробно на тях.

Позиционирането на бензиностанциите на Лукойл е по-добро от останалите вериги в бранша. Брандът е позициониран в по-голямата част на страната, като основно в големите градове, ключови булеварди, първокласни, второкласни пътища и магистрали. Със своите 222 бензиностанции на територията на страната Лукойл се превръща в лидер по приходи и продажба на горива.

Горивата с марката на „Лукойл“ са с гарантирано европейско качество, доставени директно от най-голямата и модерна рафинерия на Балканите — „Лукойл Нефтохим Бургас“. С ко-брандираните карти: V PAY Лукойл на УниКредит Булбанк и ЦКБ-Клуб на Централна кооперативна банка, притежателите получават отстъпки, когато плащат с тях в бензиностанциите на Лукойл на територията на страната. Предимства на картите V-PAY: е защитата последно поколение ЧИП и ПИН технология, но трябва да отбележим, че върху магнитната лента не се съхранява платежна информация, което елиминира възможността от копиране на данните записани на картата. Другата положителна страна, че не се начислява такса за теглене на банкомати на УниКредит Булбанк в страната и на АТМ-и на UniCredit Group в чужбина.

Всяка бензиностанция разполага с магазин, който е оборудван със стоки от първа необходимост. Лукойл набляга на удобството за клиента: големи площи за паркиране, специално обособени зони за отдых с повече комфорт за възрастните и децата, удобни санитарни помещения с внимание към хората със специални нужди и майките с деца; разширен асортимент автоаксесоари и автокозметика, разширен асортимент масла Лукойл. Горивата за бензиностанциите „ЛУКОЙЛ“ се доставят в пломбирани цистерни, чийто маршрут се наблюдава постоянно чрез сателитна връзка. Резервоарите на обектите са двустенни, със специално покритие, което не допуска замърсяване на горивата с примеси. Всяка бензиноколонка е оборудвана с електронна система за контрол на точността на измерване при зареждането.

„Лукойл-България“ е първата компания от петролния бранш у нас, защитила сертификат за съответствие с международния стандарт ISO 50001:2011 за енергиен мениджмънт. Тя е и единствената с четири сертификата за съответствие с международните стандарти: ISO 50001 — енергиен мениджмънт, ISO 9001 — качествено управление, ISO 14001 — управление на околната среда и BS OHSAS 18001 — управление на здравето и безопасните условия на труд.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ:

От всичко казано до тук можем да заключим, че Лукойл България е водеща компания на пазара на горива у нас. Организационната ѝ политика е насочена към постигане както на устойчиво развитие, така и на конкурентоспособност.

References:

1. Ambastha, A. Competitiveness of Firms: Review of Theory, Framework, and Models. // Singapore Management Review, 2002, №26 (1), p.46.
2. Krugman, P. Competitiveness: A Dangerous Obsession. // Foreign Affairs, Mar/Apr94, №73(2), pp.28-44.
3. Mc Gahn, A, Competition, Strategy, and Business Performance. // California Management Review, 1999, №41(3), pp.74-101.
4. Porter, 1990b, The Competitive Advantage of Nations, Harvard Business Review, March-April 1990, p.73-93.
5. Stoyanova, Ts. Angelova, M., From Sustainable to transient competitive advantage // International Conference Knowledge-based organization, Vol. XXIV, 2018, 134-140
6. Stoyanova, Ts. Angelova, M. Impact of internal factors on the competitiveness of business organizations// International conference on High Technology for Sustainable development 2018, pp. 216-219
7. <https://www.lukoil.bg>

Georgi Manolov
Assoc. Prof., Doctor of Political Sciences
University of National and World Economy – Sofia

“THE MARKET OF POLITICAL CORRUPTION” IN BULGARIA AND ANTICORRUPTION POLICY TO PROTECT BUSINESS

Abstract. *This report addresses the issues of corruption and the formation of market of the political corruption in Bulgaria. The historical roots of political corruption from Liberation to the present day are revealed. A definition of “market of political corruption” is displayed as well as its primary structure. Some options for limiting this market within the radical political reform are also proposed.*

Keywords: *corruption, business, political corruption, “market of political corruption”, “votes trading”*

Corruption in politics is as old as politics itself as a social phenomenon. Since the dawn of the Third Bulgarian State (since 1878), political corruption has permanently settled in our social life and still spreads its poisonous metastases in all structures and units of the overall state organism. Being critical, however, we have to point out that most of the various publications in our country often provide information, make statements or cloud the actual reasons without getting at the corrupt nature of things.

Thus, we not only fail to analyze the phenomenon known as “political corruption”, but we do not even examine the phenomenon called “market of political corruption”, which is relatively new in Bulgaria and has literally affected all the “tissues and cells” of the political system. It turns out that most specialists either underestimate this phenomenon or do not examine it at all, whereas citizens are not only convinced that it does exist but also face it on a daily basis. This unfavourable circumstance urges us to make an in-depth study of political corruption and the “market” of this corruption in our country that has developed over the years of the post-totalitarian transition (after 10.XI.1989) till present.

The term “political corruption” does not have an unambiguous common definition in the sphere political sciences. According to some authors, there is a competition of at least three main approaches: the first one defines it as a kind of abuse of civil service for one’s own benefit, the second one – as corruption in terms of public interest and public opinion and the third approach suggests a definition in which corruption is defined as a kind of market behaviour outside the scope of the market itself [3: 7 – 8]. These approaches reveal to a large extent the essence of political corruption despite the fact that they interpret it in terms of different theoretical aspects.

We think that one of the most accurate definitions of political corruption has been given by the Western scientist **Claus Offe** and it states the following: “Pure corruption (...) is a **bilateral** illegal deal or a relationship between (at least) two actors. It is **political** when one of the two parties belongs to the public sphere, in the broadest sense of this term” [3: 274]. In other words, it is necessary for a person to hold public office, to have been empowered through elections, to perform a certain

function or work in the sphere of the executive, concludes C. Offe. What makes this definition valuable is the fact that it covers all the three specified approaches for defining corruption, which the researcher has grasped quite precisely and correctly and, therefore, we will consider this definition to be the starting point of our analysis (regarding this issue).

The numerous interpretations of **political corruption** contain **elements** taken from the chain of the corruption process which have been thoroughly developed in the specialized literature. These elements are: **the employee (the person being bribed)** – a representative of the public authority or a private company who, in a way, also performs “public functions”; **the client (the person offering the bribe)** – the person giving the bribe and it (**the bribe itself**) is the “**core**” of the act of corruption and for the public it is money (usually in cash); **the client’s benefit** for which the bribe has been given and when it is a personal benefit things are quite clear, while when there is no personal benefit, the bribe is usually taken to satisfy the needs of different parties, institutions and others; **the non-execution of the obligations of the person being bribed** – it is to be achieved by means of actions exceeding or violating his/her rights and also through inaction when the natural course of events has been left to “work” for the sake of the client; **the damage to the public interest** – the scope of the damage caused to certain institutions, authorities or people working in the public sector; and **the secret** or the so called “law of silence” as one of the most consolidated elements in all structures based on corruption [1: 4 – 5].

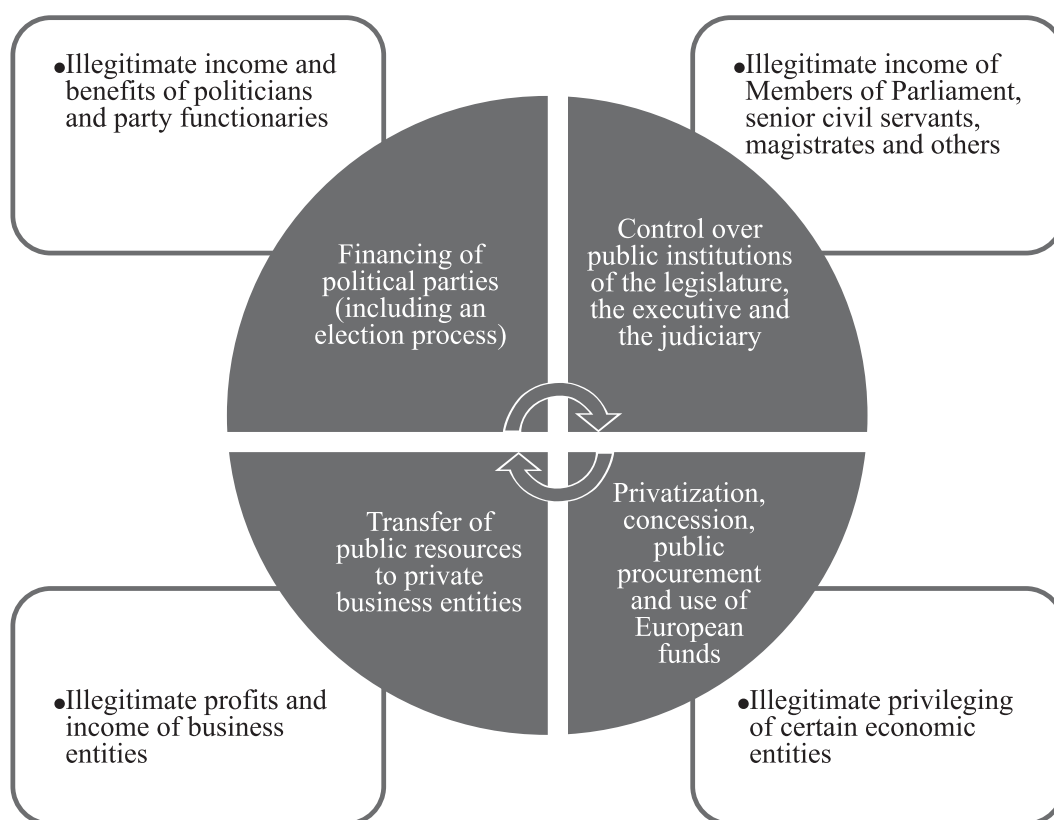


Figure 1. Public-private corruption political and economic model

In the conditions of the modern world, corrupt practices develop in an extremely flexible way because they use all the “old” and familiar **techniques** of

stealing (bribes, extortion, control over public property and others) as well as a number of “new” and mimicking techniques (performing operations through mediators; using nonexistent associations; regrouping and keeping the final participant a secret; using false invoices and others) [1: 6], that help overcome legal barriers in a clever way and involve seemingly regulated benefits at the expense of the state and the society.

The Bulgarian scientist Andrey Nonchev divides corruption into two main types: “great” (or “political”) corruption connected with the relationship between the state, political parties, local businesses and performed by senior state officials, politicians, magistrates and others; and “small” (or “administrative”) corruption, i.e. corruption being practised among the hierarchical positions of the state administration by employees of a lower rank. In this sense, there is a vicious symbiosis between the public institutions and the private oligarchic interests, which includes several basic stages and elements of the illegitimate public-private corruption political and economic model (*See Figure 1*).

We can also add that this corruption model is closely linked to the development of the “grey” and “black” economy [4: 129 – 130], which is an inexhaustible source of illegitimate income, estates and property for the senior politicians and the surrounding oligarchic networks.

From that perspective, the genesis of **political corruption in Bulgaria** cannot be defined unambiguously since an important role is played by a **number of substantial factors of historical, economic and legal nature** which continue to influence the course of the ongoing transition. Moreover, it is enough to point out that in 2007 Bulgarian citizens for the first time outlined corruption as a major problem that the country was facing. In addition, according to the report of the Centre for the Study of Democracy, Bulgaria loses more as a result of corruption than the average annual amount of the European funds earmarked for Bulgaria. For example, in 2006 alone, our country suffered a loss of 1 billion levs as a result of corrupt practices involving public procurement, 800 million levs as a result of land swap and the management of the state property, 300 – 400 million levs as a result of illicit trade through the duty-free shops and others [2: 85]. In other words, **Bulgaria loses over 2,200 billion levs a year as a result of the various types of corruption**, including and in particular political corruption, mainly owing to the inefficiency of the work performed by the state institutions. And corrupt practices in our country have already become colossal, which can be seen from the following facts and figures: 1) based on data provided by the Privatization Agency, **within the period 1993 – 2004 a total number of 5700 privatization deals were made amounting to 6,700 billion dollars, considering the fact that in 1991 the market value of the sold assets exceeded 35 billion dollars!** and 2) **as a result of the land and forest swaps (2004 – 2009), the loss suffered amounts to 6,2 billion levs**, excluding the swaps made in secret [5: 48 – 49] of which little is known. In other words, we can assume that within the 25-year transition about 60 billion levs was looted, stolen and siphoned off through corruption schemes, i.e almost half of the tangible assets of the country in the beginning of the transition period (10.XI.1989).

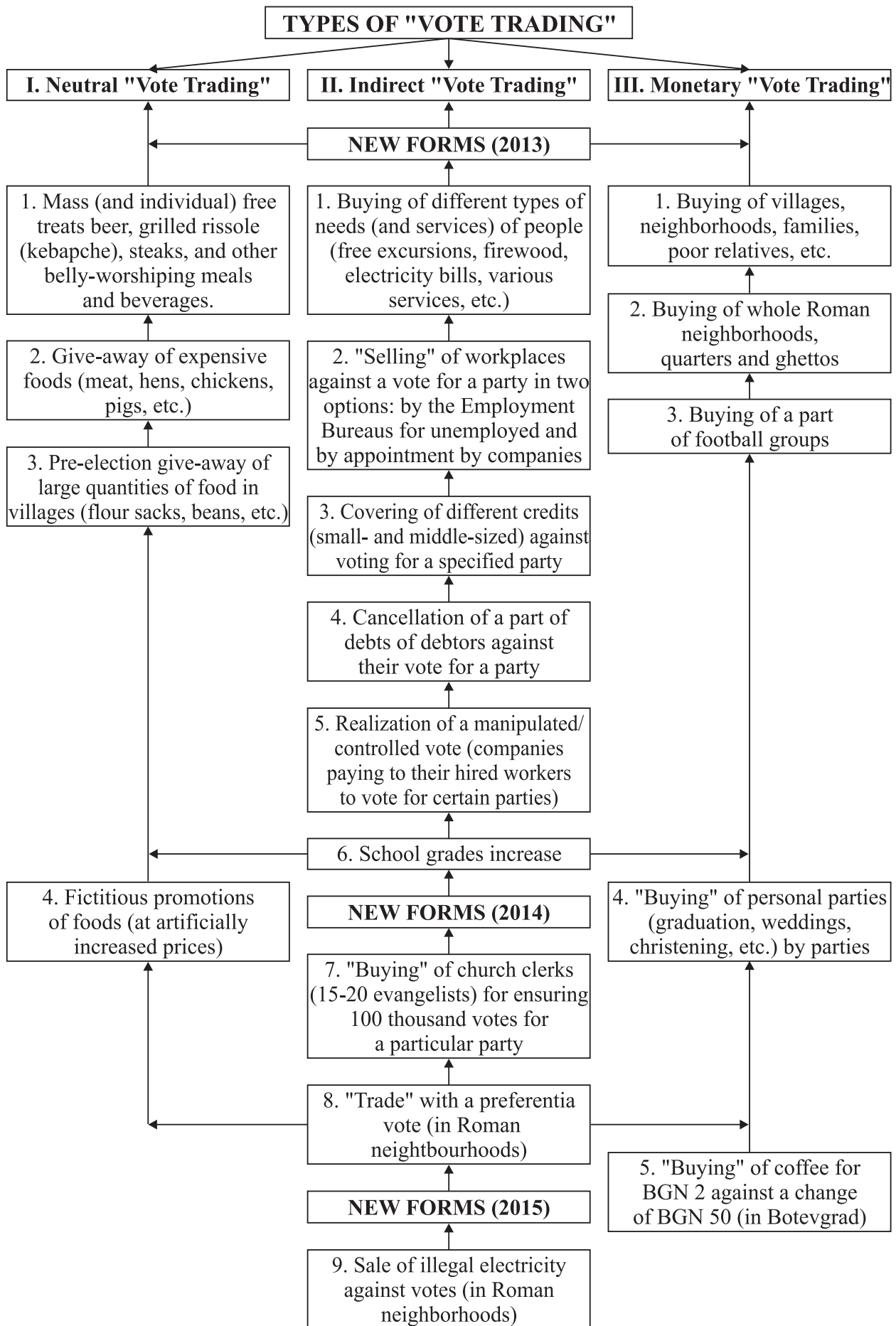
Considering the inefficiency of key state and social **institutions**, such as some of the market and civil ones, it is quite logical to allow the existence and development

of their **unnatural substitutes**, for example the functioning **“market of corruption”** (including political corruption) in the country which is still insufficiently analyzed, examined and explained.

In this context, **“the market of political corruption”** is a concealed illegal system of exchanging certain benefits and services through the **“purchase”** of political decisions from various state officials against the respective remuneration (bribe, draft, **“donation”** and others) by one or more entities for the purpose of obtaining a personal or party benefit.

This definition of the **“market of corruption”** in the sphere of politics refers primarily to the state officials who are prone to such dishonest actions. **“Because when we talk about state officials”**, writes C. Offe, **“we mean political corruption whether or not the remuneration for the purchase of the decisions goes to that official or will be used for the election campaign of a certain candidate or political party”** [3: 277]. Or, these corrupt actions differ from the so called **“private corruption”** which involves bribing competitors’ employees in the sphere of economy (companies, holdings, concerns and others) without the participation of state political entities.

If we try to take an in-depth look at the essence of political corruption in our country, we will inevitably ask ourselves the fundamental question: **What is the structure of the “market of political corruption” in Bulgaria**, which according to us includes the following basic components: **1) “A market of votes”** (**“purchase of votes”**) – the mass attempts to **“buy”** and **“purchase”** votes made in the course of the election campaigns by the political parties; **2) “A market of the minorities”** – a well-developed market in which almost all minorities in the country are subject to **“purchase and sale”** in the election campaign. **3) “A market of electoral segments”** – careful orientation towards certain target groups of the electorate (based on age, professional, educational, ethnic and other factors) and mostly towards the poor and the ethnic social strata; **4) “A market of the political parties”** – a specific **“market”** that actually exists in two main varieties – as an **“understudy”** of a leading party in order to take votes and as a pre-purchased smaller party in order to form a coalition after the Parliamentary elections; **5) “A market of influence”** – investment of trust in leaders, governing bodies and parties by solid businesses in order to **“buy”** their influence in advance; **6) “A market of electoral committees”** – concealed bribing of their members or the entire division electoral committees; **7) “A market of MP seats”** – tariff rates secretly announced in advance by the parties regarding the price of one MP seat (for example, the price of one MP seat in the Grand National Assembly in 1990 was about 10 000 levs and this amount rose to 250 000 levs during the latest Parliamentary elections in 2014); **8) “A market of senior state positions”** – paying a fabulous price for senior positions within the state administration; **9) “A market of state positions”** – secret trade in key state positions in which the **“prices”** have been negotiated in advance by the respective political parties; **10) “A market of mayor’s posts”** – a well-concealed and preliminarily negotiated substantial amount for a **“guaranteed”** election of mayors; **11) “A market of posts in the local authorities”** – an illegitimate secret trade in municipal posts on a local level; and **12) “A market of political journalists”** (and other popular intellectuals) – a concealed purchase and sale of famous journalists and intellectuals for the purpose of establishing parties and other political forces.



All of the stated above can hardly be disputed with serious arguments despite the fact that there is not much publicly available data about this corruption market. Therefore, I would like to state a fact that will serve as evidence in support of the reflections on “the market of political corruption” in Bulgaria which can be seen from the different types of “trade in electors’ votes” (Figure 2).

In order to better protect the economy and business from the “political corruption market” in Bulgaria, a radical reform of the current political system and the implementation of a new anticorruption policy should be carried out at the same time as the representative (indirect) and unrepresentative (direct) democracy in the country. This type of reform shall encompass the entire political system, including all its units, elements and mechanisms, using the levers of indirect and direct democracy. In this sense, the outlines of this complex reform can be drawn in the following sample order: making radical changes in the Constitution, increasing the powers of the President, introducing individual claims to the Constitutional Court, adopting a new electoral code, reinstating the mixed electoral system, reforming the executive, conducting an in-depth court reform, new legislation concerning referendums on key issues, a new anti-corruption law, affirming a law on lobbying and others.

Of course, such a type of deep policy and anti-corruption reform will be a long and protracted (phased) process that requires consensus among political forces in society.

References:

1. Corruption in modern Bulgaria. Analytical collection. Sofia, 1998.
2. Karasimeonov, G. The challenges of social democracy and the Bulgarian political model. – In: Political studies, issue 3, 2007.
3. Krastev, Iv. Anatomy of corruption. Anthology. Sofia, 2004.
4. Nonchev, A. Metamorphoses of corruption and post-socialist transformation of public and private spheres in Bulgaria. – In: Yearbook of the University of National and World Economy, Sofia, 2013.
5. Tomov, Al. Octopus. Political corruption in Bulgaria. Sofia, 2012.

MARKETING

Taryana Netseva-Porcheva

Assoc. Professor, Ph.D.,

Department of Marketing and Strategic Planning

University of National and World Economy, Sofia, Bulgaria

PRICE ADJUSTMENT STRATEGIES APPLIED BY THE COMPANIES OPERATING IN BULGARIA

Abstract: *The aim of this report is to find out which strategies for price adjustment are applied by the companies operating in Bulgaria. With this regard it presents the results from an online survey carried out with 200 CEOs/marketing directors/managers of companies for the period July-August 2017. It was found out that most often price adjustment is based on discounts/reductions under certain conditions. Over half of the companies in the sample apply dynamic pricing. The most common kind of segmented pricing is the one based on customer segment, whereas the least common is the one based on time. The companies applying geographical pricing prefer zone pricing. The most common kind of psychological pricing is the price comparison before and after a promotion.*

Key words: *price adjustment strategies, discount and allowance pricing, promotional pricing, dynamic pricing, segmented pricing, international pricing, psychological pricing, geographical pricing.*

INTRODUCTION

Pricing decision-making does not finish with price determination. There are a lot of circumstances that make managers reconsider their price decisions. (Klasova, 2011, p. 267). That is why most companies use price as a marketing tool a lot and apply pricing strategies for price adjustment of their products.

This report presents the results from a qualitative survey focused on the strategies for price adjustment applied by the companies operating in Bulgaria. The main method employed for data collection in the current study is the structured personal online survey. The units observed in the survey are companies operating on Bulgarian territory (Bulgarian and foreign ones with a subsidiary or agency). The target respondent in each company is the CEO/marketing director/manager – the person that depending on the company structure is in charge of prices and pricing. The sample size is 200 surveyed units (companies).

1. Types of price adjustment strategies

Price adjustment can be based on different factors: different consumer perceptions of product value, different geographical consumer distribution, taking into consideration the situation on international markets, etc.

Table 1 presents the main types of pricing strategies for price adjustment with a short description of their nature.

Table 1

Price adjustments

Strategy	Description
Discount and allowance pricing	Determining lower product prices or giving discounts on the final sale price under certain conditions (large quantities, immediate payment, off season purchase, etc.)
Promotional pricing	Temporary reduction of product price aimed at short-term increase of sales volume
Dynamic pricing	Determining product prices based on the characteristics and needs of individual consumers and based on the particular situation
Segmented pricing	Determining different prices of a product for different groups of consumers with the difference in the price not being based on cost differences
International pricing	Adjustment of product prices to the conditions on foreign markets
Psychological pricing	Determining product prices in order to achieve a psychological (emotional) effect and thus influence the decision to buy
Geographical pricing	Determining product prices based on consumer geographical location

Adapted from Claessens, M. Price Adjustment Strategies – Adjusting Prices for Different Markets. Marketing-Insider. 2015 u Kotler, P. and Armstrong, G. Principles of Marketing, 17ed. Global edition, Pearson, 2018.

2. Survey results

Price Adjustment Strategies

The analysis of the data from the survey shows that most often the companies in the sample use the strategy for price adjustment based on reductions/discounts under certain conditions or on promotions (for 81% of the companies in the sample). 53,0% of the companies apply dynamic pricing, 36,0% of the companies apply segmented pricing, 26,0% – international pricing, 23,5% apply psychological pricing, and only 17,0% – apply geographical pricing (Figure 1). The total percentage is over 100 because in different periods the companies use different strategies for price adjustment of the different products they offer.

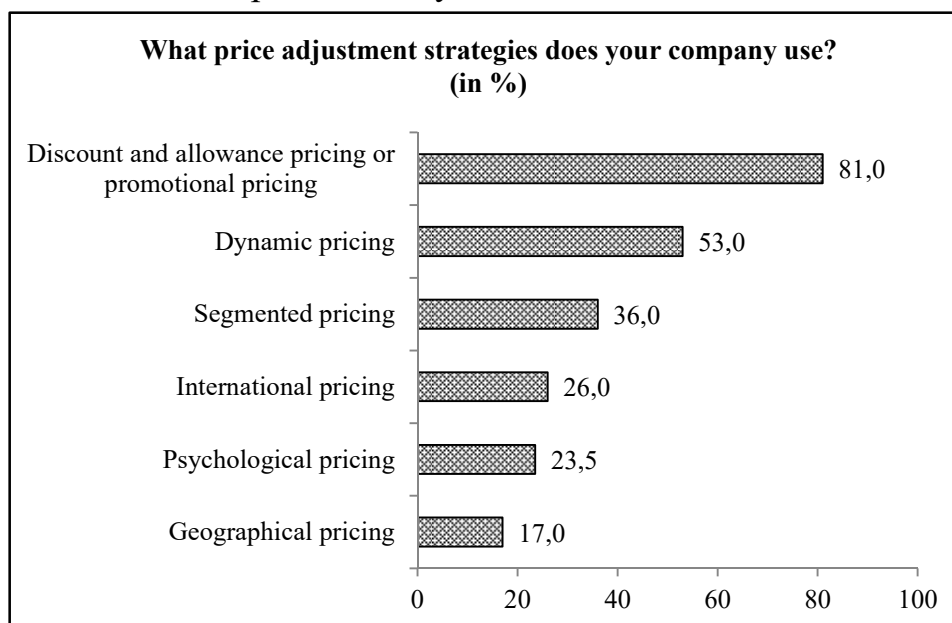


Figure 1. Price Adjustment Strategies

Source: Empirical survey from 2017

Note: The total amount of the answer percentage is more than 100% because the respondents chose more than one answer.

From an analytical point of view, it is interesting to consider not only the strategies used for price adjustment, but also the forms in which they are realised.

Discount and allowance pricing and promotional pricing

Even though discount and allowance pricing and promotional pricing are considered separate strategies for price adjustment, in this report they are presented together. The reason for this is the relation of both strategies to price reductions. Whereas discounts and allowances are given under certain conditions announced in advance and are not time-bound, promotions are short-term.

When asked “What forms of reductions does your company apply?”, 44,7% of the respondents answered that they offer discounts and allowances for purchases of a product over a certain quantity, 25,6% – for cash payment and 23,6% – for buying different products of a company. 26,1% of the companies give seasonal discounts and 25,1% – free services. 7,0% of the companies extend the warranty period without a change in the price and only 3,5% provide their customers with low-interest financing. In most cases company efforts are focused on consumers, including loyal customers (46,2% of the companies offering reductions have loyalty programmes), but sometimes they are focused on the members of the distribution channel (only 10,6% of the companies give functional discounts to the members of the distribution channel).

Promotional pricing is used by 26% of the companies offering price reductions. It should be taken into consideration that even though it has advantages, this kind of pricing has its weaknesses: its frequent use can undermine brand value, lead to consumer addiction which is difficult to overcome (Kostova-Pickett&Kostova, 2018, p. 5) or cause price wars because it is easy for competitors to copy it.

Dynamic pricing

Over half of the companies in the sample indicated that they use dynamic pricing. They are mostly companies selling their products online even though dynamic pricing is used in conventional commerce as well. The transparency of the prices on the Internet allows customers to make instant price comparisons (Marinov, 2011, p. 160) and negotiate lower prices. It also allows sellers to change prices on the spot depending on demand dynamics. Dynamic pricing, however, should be applied carefully because selling products at lower prices to some customers can restrict the future relations with other ones who have paid a higher price for the same products.

Segmented pricing

Of the respondents who indicated that their company uses segmented pricing the highest percentage – 63,9% answered that it depended on consumer features, 36,1% answered that it depended on the form of the product, 22,2% answered that it depended on the place of sale, 16,7% – answered that it depended on the time of sale and 2,8% answered that it was under some other form. In order to be successful, segmented pricing strategy has to meet several requirements: *first*, the market must be segmentable, and segments must show different degrees of demand; *second*, the costs of segmenting and reaching the market cannot exceed the extra revenue obtained from the price difference; *third*, the segmented pricing must also be legal, and *fourth*, segmented prices should reflect real differences in customers’ perceived value.

International pricing

The companies offering their products on international markets have to make decisions regarding the kind of prices – the same prices for all markets or prices based on local market conditions. 26,0% of the companies in the sample of this study have indicated that they use international pricing and their prices for the domestic market differ from those for international markets. The price that companies determine for their products for a given country most often depends on: export costs, currency rate, duties, customs fees, the economic situation in the importing country, the competition situation on the market, legislation, the development of the retail and wholesale trade system, consumer perceptions of product value, etc.

Geographical pricing

Companies also face the challenge of making a decision about the prices of their products for customers in different parts of a country or of the world. The alternatives are: *first*, determining higher prices of company products for more remote customers because of the higher transport costs or *second*, determining the same prices for all customers no matter where they live. The most common form of geographical pricing is zone pricing which is used by 55,9% of the companies. The forms of one price for all customers and of basic pricing are used by 23,5% of the companies, another kind of geographical pricing is used by 17,6%.

Psychological pricing

When using psychological pricing companies take into consideration not only economic factors but also the psychology of prices. Among the companies in the sample that use psychological pricing, the most common form of this kind is the price comparison before and during a promotion. This refers to 61,7% of the companies. It is followed by the use of “magical prices” – 34,0% of the companies, odd-even pricing – 19,1% of the companies and prestige pricing – 14,9%. In practice, psychological pricing is hardly ever used alone but in a combination with other pricing strategies. However, this should not lead to its underrating.

CONCLUSION

The analysis of the data from the quantitative research on the strategies for price adjustment applied by the companies operating in Bulgaria allows us to conclude that the most frequently used strategy for price adjustment is the one based on reductions/discounts (used by over 81% of the companies in the sample). The least common is the strategy of geographical pricing (used by 17,0% of the companies in the sample). Over half of the companies in the sample use dynamic pricing. The most common form of pricing by segments is the one based on consumer features, whereas the least popular one is the one based on time. Most frequently the companies using geographical pricing apply zone pricing. The most popular form of psychological pricing is the comparison before and during a promotion.

ACKNOWLEDGMENTS

The results presented in this report are part of a scientific study called „Profiling of the companies operating in Bulgaria in terms of pricing strategies“ and financed by the Research and Development Fund of UNWE, agreement № R&D ScR-16/2017.

References:

1. Claessens, M. (2015). Price adjustment strategies – adjusting prices for different markets. Marketing–Insider.
2. Klasova, S. (2011). Prices in the marketing system: theory, methodology, practice. Sofia. Stopanstvo University Publishing Complex.
3. Kostova-Pickett, D. and Kostova, I. (2018). Confident pricing. RIK “Iskra M-I”.
4. Kotler, P. and Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing. 17ed. Global edition. Pearson.
5. Marinov, K. (2011). Direct Marketing: Concepts and Creative Solutions. Sofia. Stopanstvo University Publishing Complex.

Kharchenko Tetiana

Ph.D. (Economics),

Associate Professor of Department of management

Kyiv national University of technologies and design (Ukraine, Kyiv)

MARKETING INNOVATIONS IN INDUSTRY

Abstract. *The article studies theoretical and methodological aspects of marketing innovation in the context of the choice of strategy of innovative development company based on innovation and stage life cycle. The role and place of marketing innovations in innovation of domestic enterprises, Resulting in proposed to implement a strategy that will improve the efficiency of management decisions depending on the stage of the innovation cycle and phase of the product life cycle.*

Keywords: *marketing, innovation, marketing innovation, innovation development strategy*

In the current economic conditions the main criteria of efficient production are the quality and speed of introduction of new information - technology systems and management methods. Many countries are more urgent strategy is an innovative breakthrough that will allow them on an equal sign to the world community and take its place in the international market did not follow literally the path that the world's economic leaders have already passed, winning with a strong position, and find and implement its comparative competitive advantage.

The entire course of world development shows that the search for competitive advantages in most cases associated with innovation: in engineering, technology, management methods and marketing [1]. Therefore, issues related to marketing innovations are relevant in the current economic conditions.

The issue of marketing support innovation studied many foreign and domestic scholars. Fundamental aspects of marketing innovations contained in the writings Kotler, D. Krevensa. Among the professionals who produce their works in marketing as one of the most important success factors innovation, it should be noted such as LV Balabanov, NV Bilotserkivska, GY Goldstein, M. Yermoshenko, NS Illyashenko SM Illyashenko, B. Kiselyov, NY Konin and others. They worked deep methodological and theoretical and methodological foundations of marketing innovation and innovative marketing. However, the practical aspects of application of methods and tools of marketing innovations as well as innovative marketing tools in the innovation of domestic enterprises were not investigated.

The purpose of the article is to determine the role and place of marketing innovations in innovation of domestic enterprises and institutions, outline marketing tools and techniques they employ.

Marketing concepts play a significant role at the level of individual companies and organizations especially during the search and selection of promising market opportunities for innovation. Innovation can be defined as the application of new ideas for products, processes or other aspects of the company, leading to the creation of better products with properties and technologies contribute to meeting the current needs of the market and diarrhea economic impact. Marketing innovation - a system of measures to promote research and innovative product to market.

According to J. Matkowska appearance is due to marketing innovation, first - objective, independent of circumstances marketing activities (global conditions of competition in world markets, promising circumstances of the transition to innovative technologies, market conditions, requiring the development of innovation etc.), and secondly - the actual marketing circumstances that "as determined by the need of marketing in general, and the formation of specific marketing approaches" [2]. Its features are due to two factors: the availability of new products; availability of new operations (technology) offered for sale.

Also among the main marketing tools of innovation incentives should be noted, of pricing and marketing policy. Among the most effective measures should pay attention to proactive on time, compared with the development of the real market situation, simulation processes of perception of new products by consumers and other market players. [3]

Practice shows that almost all companies that are successfully developing in the market, its success owes innovation. Regular application to production and promotion of new products on the market that provide a greater degree of customer satisfaction than traditional, are able to provide and maintain a constant, undamped interest to producers - innovators. But the facts show that the development of innovation - a very complicated matter. The world market each year is displayed around 100 thousand. Items of new products, of which only 2% are true innovations, but commercial success reaching no more than 25% of them [4]. According to statistical studies, about 75% of new product ideas generated by analyzing market needs, with 75% of market failures due mainly influence of market factors.

With this in innovation should lay the foundation cyclical process of quality management, which should begin with marketing and end it. The main areas of quality control in production in the marketing system include: search marketing and market research; development and product development; logistics; development and training of production processes; production; packaging and storage; sale and distribution of goods; installation and maintenance; technical assistance and services; waste management [4].

Today in Ukraine the most urgent issue is the need to intensify innovative marketing activities. The transition to the innovative type of economic growth is a prerequisite for entry into the global economic system.

Thus it should be noted that the use of an innovative marketing strategy development depends on the characteristics of innovative products, the degree of market saturation of its counterparts, the ability to constantly update the range of products according to changes of the external micro and macro. It should be borne in mind that in terms of acceleration and fierce competition STP new technologies leading to reduction in product life cycle and the timing of commercialization. This

makes predicting the duration of life cycle of innovation and new product development plans on this basis to create and bring to market its modifications, or radically new products that meet existing needs in a new way or form new needs [5].

So, type of innovation development strategy chosen based on knowledge and innovation phases of the life cycle of new products across the industry, as production for the analyzed company may be new, but for the industry - known. The choice of strategy of innovative development company presented in Table. 1.

Table 1

Selection strategy of innovative development company

Product strategy	The stages of the innovation cycle				Life cycle			
	Generating ideas and developing product concepts	Business Analysis	product Development	Market testing	To market	Growth in sales	Maturity	Withdrawal from the market
	simulation							
Licensing								
Nishera								
Traditional								
offensive								
Shielding								

([5] adapted)

Thus, the need to use marketing tools during the development of innovative enterprises, especially in a competitive environment where companies seek to attract customers by offering more value or lower costs for goods and services. Doing business on the basis of marketing innovation makes it possible to find and implement innovative market opportunities of the company, to provide enhance competitiveness, strengthen market positions, increasing the efficiency of operation, providing conditions for long survival and development. marketing innovations are key factors in the competitiveness of enterprises. Innovative Marketing aims to generate long-term demand in the market and create conditions for providing logistic progressive changes in supply, production and sales. A comprehensive implementation of marketing innovation potential across Ukraine to ensure its global competitiveness and socio-economic growth.

References:

1. Breus, S.V. (2018), “Strategic planning of innovative development of industrial enterprise”, *Ekonomika ta suspil'stvo*, [Online], vol . 18, available at: <http://economyandsociety.in.ua/index.php/journal-18> (Accessed 14 Jun 2019)
2. Matkovskaya Y. (2010), *Komertsializatsiia rynkovykh innovatsij - paradyhma innovatsionnoho marketynha*, [Market commercialization of innovations - innovative marketing paradigm], Hrebennykov, Moscow, Russian.
3. Kharchenko, T. O. (2017), “Innovative climate industrial enterprises of ukraine in modern conditions for economic development”, *Efektivna ekonomika*, [Online], vol . 2, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5437> (Accessed 15 Jun 2019)
4. Matviiv M.Y. (2014), *Innovatsijnyj marketynh pidprijemstv*, [Innovative Marketing companies], TNEU, Ternopil', Ukraine.
5. Illiashenko S.M. (2016), *Innovatsijnyj rozvytok: marketynh i menedzhment znan'*, [Innovative development, marketing and management knowledge], Disa plius, Sumy, Ukraine.

PSYCHOLOGY, PEDAGOGY AND EDUCATION

Artyukhina A.I.

Doctor of pedagogy, Professor
Volgograd State Medical University, Russia

PEDAGOGICAL TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF THE FUTURE SPECIALIST'S PERSONALITY

Артюхина А.И.

д.пед.н, профессор
Волгоградский государственный медицинский университет, Россия

ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ В РАЗВИТИИ ЛИЧНОСТИ БУДУЩЕГО СПЕЦИАЛИСТА

***Abstract.** The article deals with pedagogical technologies that are appropriate for the development of the student's personality as a future specialist, and the conditions for their successful application. The article summarizes the experience of the course of pedagogy and educational technologies of additional professional education of VSMU in training graduate students in the course of continuous personal and professional development/*

***Keywords:** pedagogical technologies, personal and professional development/*

***Аннотация.** В статье рассмотрены педагогические технологии, которые целесообразно применять для развития личности студента как будущего специалиста, и условия их успешного применения. Обобщен опыт курса педагогики и образовательных технологий дополнительного профессионального образования ВолгГМУ по подготовке аспирантов в русле непрерывного личностно-профессионального развития.*

***Ключевые слова:** педагогические технологии, личностно-профессиональное развитие.*

В постиндустриальном обществе успехи государства и его процветание зависят от качества человеческого капитала, что обуславливает особое внимание к подготовке компетентных, конкурентоспособных кадров. Знаниевая парадигма в образовании сменяется парадигмой личностной. В образовательном процессе высшей школы личностно-ориентированный и компетентностно-деятельностный подходы ориентируют преподавателей не только к формированию общекультурных и профессиональных компетенций у студентов согласно требованиям Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по каждому направлению подготовки, но и к развитию личностно-профессиональных качеств будущих специалистов.

При применении технологий обучения в высшей школе, прежде всего, акцент делается на дидактическом компоненте [2,4], а не на использовании педагогических технологий в развитии личности студента – будущего специалиста. Отсюда вытекает цель данной работы: выявить педагогические технологии, которые целесообразно применять для развития личности студента как будущего специалиста, и условия их успешного применения. Существенным фактором эффективного применения педагогических

технологий для личностно-профессионального развития студентов является готовность преподавателей, что обуславливает необходимость акцентировать внимание на эту проблему при подготовке аспирантов. В данной работе ставится также цель обобщить опыт курса педагогики и образовательных технологий дополнительного профессионального образования Волгоградского государственного медицинского университета по подготовке аспирантов в русле непрерывного личностно-профессионального развития.

Первой задачей на пути достижения поставленных целей стало обоснование условий развития личности будущего специалиста, которым должны будут соответствовать педагогические технологии. Анализ ряда исследований и собственной педагогической практики позволил выявить следующие условия и обеспечивающие их технологии.

Исходным условием является осознание студентом необходимости личностно-профессионального развития, основой которого служит формирование профессионально-субъектной позиции, стремление к самосовершенствованию. Причем сформированная согласно разработанной нами технологии профессионально-субъектная позиция студента с началом профессиональной деятельности трансформируется в профессионально-субъектную позицию специалиста, включенного в непрерывное медицинское образование [1]. Технологии актуализации личностного потенциала студента всегда во главу угла ставят развитие мотивации к самосовершенствованию, саморазвитию [4].

Следующим условием развития личности студента является свобода выбора самореализации. Технология «событийное образование» в большей мере, чем другие педагогические технологии, соответствует данному условию. Образовательное событие дает студенту возможность проявить личные качества, невостребованные в формальном учебном процессе. Событийное образование представляет студенту широкий спектр вариантов самопрезентации: научно-практические конференции, вебинары, круглые столы, олимпиады, учебные экскурсии, мастер-классы, игры «Что, где, когда» и др. Выбор студентом конкретного варианта способствует, с одной стороны, погружению в будущую специальность, а с другой стороны, развитию качеств необходимых ему для будущей профессиональной деятельности.

Для обеспечения другого важного условия развития личности будущего специалиста-медика, а именно для создания на занятиях ситуаций личностно-профессионального развития, целесообразно применять технологии проблемного и проектного обучения, технологии создания проблемноориентированной образовательной среды занятия, использовать здоровьесберегающие и информационно-игровые технологии, элементы технологии дистанционного обучения с сетевым взаимодействием. При проектировании ситуации личностно-профессионального развития преподавателю необходимо предусмотреть как использование технологии развития критического мышления, так и рефлексивно-оценочную деятельность студентов, результат которой аккумулируется в технологии портфолио.

При обучении аспирантов, будущих преподавателей-исследователей дисциплине «Педагогика и методика преподавания в высшей школе» на курсе

педагогике и образовательных технологий дополнительного профессионального образования Волгоградского государственного медицинского университета каждый педагогический приём и технология рассматриваются с позиций не только дидактики, но и личностно-развивающего потенциала. При формировании готовности к профессиональной деятельности у аспирантов-медиков акцентировали внимание на том, чтобы каждый будущий преподаватель не только реализовал себя в процессе учёбы в качестве педагога («ученик в роли учителя»), но и при проектировании проблемного, проектного обучения студентов, образовательного события, других инновационных технологий, собственной рефлексивно-оценочной деятельности проводил обоснование возможностей данных педагогических технологий для личностно-профессионального развития специалиста. Отзывы аспирантов, свидетельствуют, что такой акцент в обучении позволил им на педагогической практике целенаправленно организовывать образовательный процесс с учетом личности студентов и перспектив её развития. Результаты производственной педагогической практики и экзамена по дисциплине свидетельствуют о сформированности у аспирантов педагогических компетенций. Наш опыт может быть полезен при проектировании обучения аспирантов педагогике и методике преподавания в высшей школе.

Литература:

1. Артюхина А.И., Бондаренко Е.В. Формирование профессионально-личностной позиции студента-медика как основы личностно-профессионального развития: Монография. – Волгоград: Изд-во ВолГМУ, 2012.- 208 с.
2. Гузеев В.В. Педагогическая техника в контексте образовательной технологии. М., : Нар. образование, 2001. – 126 с..
3. Современные образовательные технологии: учеб. пособие /коллектив авторов ; под ред. Н. В. Бордовской.- М. : КноРус, 2013. - 432 с
4. Чернилевский Д.В. Дидактические технологии в высшей школе. - М.: Юнити, 2002.- 440 с.

Magrlamova Kamilla,
Doctor of pedagogy, Senior teacher
*State Institution "DNIPROPETROVSK MEDICAL ACADEMY of the Ministry of
Health of Ukraine (Ukraine, Dnipro)*
Kravchenko Oleksiy
Candidate of medical science, Associated professor
*State Institution "DNIPROPETROVSK MEDICAL ACADEMY of the Ministry of
Health of Ukraine (Ukraine, Dnipro)*

PREPARING A TEACHER FOR HIGHER MEDICAL INSTITUTION

Магрламова К. Г.,
д.пед.н., ст.викладач
ДЗ "Дніпропетровської медичної академії МОЗ України"
Кравченко О. І.
к.мед.н., доцент
ДЗ "Дніпропетровської медичної академії МОЗ України"

ПІДГОТОВКА ВИКЛАДАЧА ВИЩОГО МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ

***Abstract.** The urgency of the problem of training pedagogical staff for the training of future doctors in higher medical institutions, due to the fact that the field of education puts the center of the system of continuous medical education priorities humanistic person. In this regard, there are high requirements for the pedagogical training of future doctors as teachers.*

***Key words:** doctor-teacher, future doctor, pedagogical process, vocational-pedagogical education*

***Анотація.** Актуальність проблеми підготовки педагогічного персоналу для навчання майбутніх лікарів у вищих медичних навчальних закладах, обумовлена тим, що сфера освіти ставить в центр системи безперервної медичної освіти пріоритети гуманістичної особистості. У цьому зв'язку висувуються високі вимоги до педагогічної підготовки майбутніх лікарів як викладачів.*

***Ключові слова:** лікар-викладач, майбутній лікар, педагогічний процес, професійно-педагогічна освіта*

Головною метою освітніх служб на всіх рівнях і для всіх форм є поліпшення фінансування освітніх закладів. Ця мета досягається головним чином через децентралізацію освіти та введення нової структури фінансування підготовки вчителів. У випускників університету, як свідчить аналіз, недостатня методична та психолого-педагогічна підготовка. Проте вони, як правило, добре володіють знаннями з головного предмету.

Педагогічна практика розглядається як обов'язковий компонент системи підготовки майбутнього вчителя. Основними видами занять у вузах Великої Британії є лекції, семінарські заняття, лабораторні роботи, тьюторіали, індивідуальні заняття. Що стосується форм контролю знань студентів, то це письмова й усна, але переважають письмові іспити, заліки, поточні або підсумкові контрольні роботи. Таким чином, структурна перебудова системи підготовки викладачів у Великій Британії спрямована на модернізацію традиційних національних моделей підготовки вчителів. Педагогічна освіта

країни орієнтується на підготовку вчителя широкого профілю [5].

Викладач є однією з ключових фігур реформ освіти, тому темпи і характер модернізації освіти залежать в першу чергу від інтелектуального рівня, професійних і особистісних якостей викладацьких кадрів. За цих обставин змінюється статус викладача, модифікуються вимоги до його педагогічної компетенції, посилюються вимоги гуманізації навчального процесу при підготовці фахівців різного профілю. Ставлення викладача вузу до своєї професії супроводжується поняттям і свідомістю її високої цінності для суспільства; коли викладач замикається на виконанні своєї справи і утверджується в думці безперспективності, відбувається розмивання статусно-рольових його стандартів поведінки.

Соціальний портрет викладача вузу (як і будь-якій іншій соціально-професійній групі) знаходиться в прямій залежності від конкретних соціальних умов. Ці соціальні фактори створюють новий тип викладача, якого не було в освітній системі, так як викладач може бути включений в різні сфери діяльності. Тому, вивчаючи соціально-професійну групу, дослідник зобов'язаний бачити перед собою, перш за все, конкретних людей, що живуть в певних соціально-економічних умовах, сформованих певним суспільством і власним життєвим досвідом [3].

В більшості промислово розвинених країнах здійснюється багаторівнева підготовка науково-педагогічних кадрів вищої школи. Значна частина студентів навчається за навчальними програмами тривалістю від трьох до п'яти років, що завершується присвоєнням першого академічного ступеня або диплома про базову вищу освіту. Для підготовки до наукової роботи існують одно-дворічні цикли на другу академічну ступінь, що має назву магістратура. Для отримання третього академічного докторського ступеня потрібна підготовка від трьох до шести років власникам першого академічного ступеня або від одного до чотирьох років власникам другого академічного ступеня.

В результаті історичного розвитку виокремились німецька, французька, британо-американська, італійська, іспано-португальська і російська базові моделі підготовки науково-педагогічних кадрів вищої школи. Сучасна українська модель підготовки має спільні риси з німецькою та в даний час інтегрується з британо-американською. Найбільш розвинутою формою перепідготовки викладачів в зарубіжній вищій школі є видача просунутих дипломів з педагогіки, які вручаються в результаті одно-дворічного навчання на базі першого академічного ступеня бакалаврського рівня [2].

Типи професійного мислення в лікарів і педагогів багато в чому подібні; у своїй діяльності вони базуються на загальних закономірностях норми і відхилень від неї [4]. Лікарю доводиться в ряді випадків наближувати свою діяльність до виховання та навчання. Безперечно, лікар повинен аналізувати, передусім, медичні ситуації, прогнозувати їх розвиток і можливі наслідки. Однак не менш важливим у його професії є «вміння будувати відносини з усіма категоріями пацієнтів, володіти різними стилями спілкування, швидко орієнтуватися в ситуаціях соціальної взаємодії і вибирати оптимальні прийоми впливу на пацієнтів з урахуванням їх психологічних особливостей тощо» [1].

Педагогічна наука зараз стає однією з ключових сфер досліджень, від якої багато в чому залежить як загальний прогрес людського пізнання, формування всебічно розвиненої особистості, так і підйом економіки і культури. Дослідники особливо акцентують увагу на вивчення проблеми економічної ефективності освіти. Але це не применшує важливості завдання. Життя вимагає нових, більш широких і глибоких досліджень проблем економіки освіти.

Нова модель освіти повинна бути не тільки школою продуктивного мислення, а й школою розвиненої духовності (милосердя, добротворчство, високе почуття гуманності). Нинішня ж вища школа без розвиненої духовності обмежена і продуктивність творчого, евристичного мислення, не кажучи вже про односторонність розвитку особистості взагалі. Для того щоб вирішити поставлене завдання, необхідно абсолютно по-новому підійти до питання про гуманітаризацію освіти.

Нині перед вищою школою стоїть дилема: або штампування функціонерів, або розвинена особистість. З іншого боку професійно – психологічна підготовка викладача допоможе вирішити одну з центральних завдань сучасного інноваційного освіти – підготувати викладача до партнерської взаємодії, що передбачає зворотний зв'язок, облік своєрідності один одного, взаємозбагачення та прагнення до найбільш повної актуалізації потенціалу [1].

Відсутність теоретичної і практичної розробленості питання підготовки різнопрофільних спеціалістів в медичному університеті відповідно до загальнопедагогічних знань як одного зі складових компонентів освітнього процесу майбутнього лікаря до продуктивного, безконфліктного спілкування на принципах гуманізму і визначило проблему нашого дослідження.

Головною специфічною особливістю підготовки майбутніх лікарів ми вважаємо самодіяльний творчий характер діяльності. Саме це визначає особливості змісту основ медичної педагогіки, форми і методи вузівської підготовки студентів до лікарської діяльності, їх спрямованість на самостійну пізнавальну діяльність [4].

Однією з важливих вимог до особистості сучасного викладача ВНЗ є готовність до постійного саморозвитку та самовдосконалення. Це пов'язано зі швидкими змінами, які відбуваються сьогодні у суспільному житті, стрімким розвитком освітньої сфери, що зумовлює необхідність постійно вдосконалювати власну професійну майстерність, оволодівати сучасними концепціями підготовки фахівців, а також новим змістом, формами, методами, засобами викладання. Викладачі мають готувати підростаюче покоління до вирішення нових професійних проблем, нових непередбачуваних життєвих ситуацій, передавати навички професійного самовдосконалення під час фахової підготовки студентів в умовах ВНЗ.

Література:

1. Кравчун П.Г., Шелест О.М., Титова Г.Ю., Роль майстерності та психолого-педагогічної підготовки викладача у формуванні особистості майбутнього лікаря / П.Г. Кравчун, О.М. Шелест, Г.Ю. Титова // <http://nadoest.com/role-majsternosti-ta-psihologo-pedagogichnoyi-pidgotovki-vikla>

2. Кузнецова Л. В. Педагогические основы подготовки преподавателя вуза в современной системе высшего образования Великобритании, Шотландии и России Кузнецова, Лилия Васильевна Дисс. канд. пед. наук, 13.00.01 Специальность: Общая педагогика, история педагогики и образования Ростов-на-Дону 2000 .- 136 с. / <http://www.dissercat.com/content/pedagogicheskie-osnovy-podgotovki-prepodavatelya-vuza-v-sovremennoi-sisteme-vysshego-obrazov#ixzz51KGQMsGk>
3. Николюкина Н. Б. Социальный портрет преподавателя провинциального вуза кандидат философских наук 22.00.06 Социология духовной жизни Тамбов 1999 – 158 с. <http://www.dissercat.com/content/sotsialnyi-portret-prepodavatelya-provintsialnogo-vuza#ixzz51YOvoUhG>
4. Островская Л. В. Формирование педагогической культуры и этики в системе подготовки студентов-медиков доктор педагогических наук 13.00.01, 13.00.08 Теория и методика профессионального образования Москва 2004 325
5. Яцшин Н. П. Професійно-педагогічна підготовка вчителів у Великій Британії (90-і роки ХХ століття) 13.00.01- Теорія та історія педагогіки автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук Київ -1998. – 21 с. - С.13.

Chernenko Yu.
PhD (Econ) Senior Lecturer
Ukrainian Engineering and Pedagogical Academy, (Ukraine, Kharkiv)

**ANALYSIS OF THE COMPETENCE OF PEDAGOGICAL STAFF OF
PROFESSIONAL (VOCATIONAL) EDUCATION INSTITUTIONS IN THE
FIELD OF INTELLECTUAL PROPERTY ON THE BASIS OF
QUESTIONNAIRE MATERIALS**

Черненко Юлія Юріївна,
кандидат економічних наук, старший викладач
Українська інженерно-педагогічна академія

**АНАЛІЗ КОМПЕТЕНТНОСТІ ПЕДАГОГІЧНИХ ПРАЦІВНИКІВ ЗАКЛАДІВ
ПРОФЕСІЙНОЇ (ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНОЇ) ОСВІТИ В СФЕРІ
ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ЗА МАТЕРІАЛАМИ АНКЕТ**

***Abstract.** The article highlights the level of awareness of the teaching staff of the institutions of professional (vocational) education in the city of Kharkiv on the protection of intellectual property rights by the results of the questionnaire. The necessity of forming the competence of pedagogical workers of the system of professional (vocational) education in the field of intellectual property through the measures of professional development is determined.*

***Key words:** institutions of vocational (vocational) education, pedagogical workers of the system of professional (vocational) education, innovative developments, intellectual property, competence.*

***Анотація.** У статті висвітлено рівень, обізнаності педагогічних працівників закладів професійної (професійно-технічної) освіти м. Харкова з охорони прав інтелектуальної власності за результатами анкетування. Визначено необхідність формування компетентності педагогічних працівників системи професійної (професійно-технічної) освіти в сфері інтелектуальної власності через заходи підвищення кваліфікації.*

***Ключові слова:** заклади професійної (професійно-технічної) освіти, педагогічні працівники системи професійної (професійно-технічної) освіти, інноваційні розробки, інтелектуальна власність, компетентності.*

Актуальність теми Розробка інноваційних технологій у сфері професійної (професійно-технічної) освіти актуалізувала необхідність правового захисту інтелектуального продукту. Педагогічні працівники професійних (професійно-технічних) навчальних закладів не завжди розуміються в питаннях дотримання, оформлення та захисту прав інтелектуальної власності і відповідно не формують їх у своїх вихованців.

Аналіз наукових досліджень Захист прав інтелектуальної власності в сфері освіти України наразі виступає актуальною проблемою та потребує розмежування дійсно педагогічних нововведень від матеріалів, що мають ознаки плагіату. Проведений аналіз літературних джерел [1,2,3] вказує на недостатність уваги до проблем системи професійної (професійно-технічної) освіти, зокрема в сфері захисту інноваційних розробок як об'єктів інтелектуальної власності. Також, на нашу думку, не існує інформації щодо фактичного рівня знань та рівня оцінювання компетентності педагогічних

працівників професійних (професійно-технічних) навчальних закладів в питаннях дотримання, оформлення та захисту прав інтелектуальної власності.

Метою цієї роботи є оприлюднення результатів обізнаності педагогічних працівників професійних (професійно-технічних) навчальних закладів (далі-ПТНЗ) із базових знань з основ інтелектуальної власності, а також захисту авторських та суміжних прав на продукцію, що здійснюються ними самостійно без звернень до патентних повірених та науковий аналіз середнього рівня знань для прийняття на їх основі відповідних рекомендацій щодо формування компетентності працівників ПТНЗ та їх вихованців в сфері дотримання, оформлення та захисту прав інтелектуальної власності для прискорення інноваційних процесів в професійній освіті.

Виклад основного матеріалу Педагогічні працівники ПТНЗ відповідно до законодавства України, опублікувавши навчально-методичні матеріали, виступають суб'єктами права на захист інтелектуальної власності, у тому числі – власниками авторських та суміжних прав. Не розуміючи основ в сфері захисту прав інтелектуальної власності, вони також можуть виступати правопорушниками у сфері авторського чи суміжного права.

Необхідним елементом компетентності педагогічних працівників ПТНЗ є володіння інформацією в сфері дотримання чужих та захисту своїх прав з інтелектуальної власності, зокрема навчально-методичних матеріалів, створених у процесі професійно-педагогічної діяльності. Знання прав та обов'язків в сфері інтелектуальної власності, володіння способами захисту авторських прав на продукцію, створену індивідуально чи колективно, навички оформлення документів, що засвідчують авторство та досвід взаємодії з іншими представниками суміжних прав, пов'язаних із правом володіти інтелектуальною власністю, це запорука матеріального і морального захисту та комерціалізації результатів своєї праці [3]. Відтак, формування компетентності педагогічних працівників ПТНЗ полягає в оволодінні основними нормами, закладеними в законодавстві України та набутті знань і навичок їх використання.

За даними Департаменту науки і освіти Харківської обласної державної адміністрації та головного управління статистики у Харківській області станом на 2018 р. кількість ПТНЗ в Харкові і області становила 42 установи із загальною кількістю учнів 13,5 тис. [4].

Педагогічні працівники ПТНЗ є специфічною категорією та на відміну від працівників закладів загальної середньої освіти та закладів вищої освіти їм нажаль приділяється менше уваги. Тому у процесі реалізації НДР № ФН 17-1 «Теоретико-методичні засади підвищення кваліфікації працівників системи освіти в сфері інтелектуальної власності», 2018 р. кафедрою креативної педагогіки і інтелектуальної власності (КПіВ) Української інженерно-педагогічної академії (УІПА, м. Харків) було проведено опитування з метою обізнаності працівників професійно-технічних навчальних закладів м. Харкова з проблем захисту прав інтелектуальної власності.

В опитуванні взяли участь 238 осіб: з них 57 чоловіків та 181 жінок, тобто 24 % респондентів склали чоловіки і 76% – жінки. Їх розподіл за віком надано у табл.1. Серед опитаних 213 осіб тобто 89,50 % мали повну вищу

освіту, в тому числі 49 осіб, тобто 20,59 % – магістерський ступінь, а двоє з опитаних навіть закінчили аспірантуру. Більшість опитаних – 164 особи (68,91 %) працюють в системі освіти більше десяти років; 33 особи (13,87 %) від 6 до 10 років і 39 осіб (16,39%) – до п'яти років.

Таблиця 1

Розподіл учасників опитування за віком

Вік респондентів	Особи	%
20-29 років	31	13.03
30-39 років	53	22.27
40-49 років	63	26.47
50-59 років	56	23.53
60 років і старше	32	13.45
Не дали відповіді	3	1.26

Питання для них були згруповані у 3 блоки: 1) Елементарні знання із захисту та дотримання суміжних прав (4 питання); 2) Базові знання з основ інтелектуальної власності (10 питань); 3) Основні моменти із захисту та дотримання авторських прав (10 питань).

Таблиця 2

Результати опитування блоку питань щодо дотримання і захисту суміжних прав

№	Запитання	Вірна відповідь	%
1	Що є об'єктами суміжних прав?	<i>права виконавців; права виробників фонограм та права організацій мовлення.</i>	53,11
2	Термін дії суміжних прав (майнових)	<i>протягом 50 років від дати першого запису виконання (публікації, оприлюднення) з відліком з першого січня наступного року</i>	65,55
3	Який документ видається на об'єкти суміжного права	<i>документ не видається</i>	36,13
4	Хто може управляти майновими правами суб'єктів авторського права	<i>особисто, або через свого повіреного, або через організацію колективного управління</i>	78,15

Відповіді на питання щодо дотримання і захисту суміжних прав (табл. 2), показують середній результат знань опитаних – 58,24 %, що свідчить, що майже половина респондентів не розуміються на елементарних знаннях із захисту суміжних прав. Найкращий результат надано (78,15%) на питання, пов'язане з управлінням майновими правами суб'єктів авторського права, але тільки третина (36,13% респондентів) змогла дати відповідь на питання про оформлення об'єкту суміжних прав.

Проаналізувавши відсоток вірних відповідей на базові питання із основ знань з інтелектуальної власності (табл. 3), бачимо що найуспішнішою відповіддю респондентів є показник визначення терміну «плагіат» - 76,47%, тоді як менше третини опитаних (тільки 27,31% відсоток) змогли відповісти на запитання щодо вирішення розбіжностей в законодавчих актах і положеннях України з охорони прав інтелектуальної власності з міжнародними. Бачимо що серед запропонованих відповідей правильно в середньому відповіли тільки 61,30% опитаних.

Результати опитування блоку питань щодо базових знань з основ інтелектуальної власності

<i>№</i>	<i>Запитання</i>	<i>Вірна відповідь</i>	<i>%</i>
1	Плагиат - це	<i>оприлюднення, повністю або частково, чужого твору під іменем особи, яка не є автором цього твору</i>	76,47
2	Суб'єктами права інтелектуальної власності можуть бути	<i>виключно творець об'єкта права інтелектуальної власності та інші особи, яким належать особисті немайнові та (або) майнові права інтелектуальної власності</i>	60,92
3	До порушення права інтелектуальної власності відносяться...	<i>піратство, плагиат, недобросовісна конкуренція, підроблення та зміна інформації</i>	58,82
4	В якій організації здійснюється реєстрація і видача свідоцтва на..	<i>українське агентство з авторських і суміжних прав</i>	56,72
5	Комп'ютерні програми охороняються за ЗУ "Про авторське право і суміжні права "	<i>як літературні твори (збірки)</i>	70,59
6	Бази даних захищаються як...	<i>як авторські права</i>	71,85
7	В якій формі обліковується інтелектуальна власність	<i>у формі нематеріальних активів</i>	58,40
8	Управління майновими правами об'єктів права може здійснюватися...	<i>особисто, через свого повіреного, через організацію колективного управління</i>	73,53
9	В разі розбіжностей в законодавчих актах і положеннях з охорони прав України з міжнародними	<i>вирішується в судовому порядку</i>	27,31
10	Які сфери творчості розглядаються з точки зору створення об'єктів інтелектуальної власності?	<i>художня і технічна</i>	58,40

Розглядаючи блок вірних відповідей з теми авторського права (в середньому 57,73%) в табл. 4, бачимо, що більшість педагогічних працівників (87,39%) все ж таки розуміють, що продукт інтелектуальної праці (літературні твори, методичні нароби, доклади) охороняються авторським правом, але, нажаль, найменший відсоток відповідей отримало саме запитання щодо оформлення охорони авторського права (27,73%) та питання про документ, що підтверджує об'єкт авторського права (44,12%).

Відтак, можна визначити середній показник рівня знань педагогічних працівників ПТНЗ в сфері ІВ за всіма блоками питань – 59,10%, що висвітлює недостатній рівень володіння базовими знаннями з основ інтелектуальної власності та способів захисту результатів інтелектуальної власності, в тому числі авторських та суміжних прав на навчальну продукцію (посібники, підручники та інші навчально методичні матеріали, створені в процесі професійно-педагогічної діяльності), що є необхідним в сфері захисту і оформлення інноваційного продукту.

Результати опитування блоку питань щодо дотримання і захисту авторських прав

<i>№</i>	<i>Запитання</i>	<i>Вірна відповідь</i>	<i>%</i>
1	Що є об'єктами «авторського права»?	<i>літературні і художні твори, комп'ютерні програми, бази даних, інші твори.</i>	76,47
2	Авторське право на твір виникає....	<i>внаслідок факту його створення</i>	63,45
3	Які об'єкти охороняються авторським правом	<i>літературні твори, доклади</i>	87,39
4	Знак охорони авторського права містить	<i>латинську букву «с» у колі: ©, ім'я особи, яка володіє авторським правом, рік першої публікації твору)</i>	27,73
5	Термін дії авторського права	<i>протягом життя автора + 70 років після його смерті</i>	77,73
6	Розшифруйте (с) ПАТРИОТ 2017	<i>авторські права, належать організації «Патріот», 2017 рік першої публікації</i>	57,14
7	Термін дії особистих немайнових прав авторів твору	<i>безстроково</i>	63,87
8	Які права має автор наукових відкриттів згідно з законодавством?	<i>право надати науковому відкриттю своє ім'я</i>	62,61
9	До якої групи інтелектуальної власності відносяться виступи, лекції...	<i>як об'єкти авторського права</i>	60,92
10	Який документ видається на об'єкт авторського права	<i>свідоцтво</i>	44,12

Висновок. Проведений аналіз компетентності педагогічних працівників професійних (професійно-технічних) навчальних закладів м. Харкова в сфері інтелектуальної власності вказує на недостатній рівень компетентності педагогічних працівників системи професійно-технічної освіти та необхідність підвищення кваліфікації в сфері інтелектуальної власності у цьому напрямі: введення відповідних спецкурсів, проведення лекцій, семінарів, факультативів, що прискорить процес створення інновацій та унеможливить масове порушення прав на створену в цих закладах інтелектуальну власність.

Література:

1. Шманько І. Основи інтелектуальної власності – необхідна складова змісту вітчизняної загальної освіти / І. Шманько.[Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakinpoo.org.ua/2010-01-18-13-44-15/694-osnovi-intelektualnoyi-vlasnosti-neobhidna-skladova-zmistu-vitchiznjanoyi-zagalnoyi-osviti>
2. Лунячек В.Е. Освіта в сфері інтелектуальної власності як умова сталого розвитку держави / В.Е.Лунячек, Н.П.Рубан, В.М.Тіманюк, Н.С.Фесенко, Ю.Ю. Черненко // Journal «ScienceRise: Pedagogical Education». – 2017. – №11(19). – С.4–9. – Режим доступу:http://journals.uran.ua/sr_edu/article/view/116197/111028
3. Радкевич О. П. Правова компетентність педагогічних працівників професійно-технічних навчальних закладів щодо неюрисдикційної форми захисту інтелектуальної власності / О. П. Радкевич // Модернізація професійної освіти і навчання: проблеми, пошуки та перспективи.– 2014. – Вип. 4. – С. 157-157
4. Заклади професійної (професійно-технічної) освіти / Головне управління статистики у Харківській області [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://kh.ukrstat.gov.ua/profesiino-tekhnichni-navchalni-zaklady>



European academy of sciences (Coventry, United Kingdom)

Invites you to take part in
The International Seminar-Internship:
«Science and Education: European approach»

Target groups

teaching staff, heads of higher educational institutions, postgraduates, doctoral students, undergraduates, representatives of state and local self-government bodies, public organizations, enterprises, financial and other institutions, all interested persons.

Form of participation: correspondence (remote)

Program of International Seminar-Internship:

	36 hours	72 hours	108 hours	138 hours
Participation fee in EURO	€ 100	€ 150	€ 200	€ 250

Participation fee includes

- publication of an article in a collection of scientific articles or in a scientific journal
- obtaining an international certificate of a training completion
- the cost of mailing by registered letter of a collection of articles (or a scientific journal) with the international certificate of a training completion

Contacts

E-mail: org@conferencii.com

Website: <http://conferencii.com>

Services

№	Form	Cost
1	Development of a layout for publishing in the printing house and / or printing by the author of various types of printing products: monographs (author and collective), books, pamphlets, textbooks, manuals, collections of articles and conference materials and other soft and hardcover materials, (from 1 to 1000 copies)	contractual value
2	Professional proofreading of the text	\$ 1 for 1 page A4
3	Professional translation of the text into: English, German, French and other languages	\$ 3-5 for 1800 characters including spaces
4	Assignment of output data of the publishing house and ISBN: - Australia, - Austria, - Great Britain, - Germany, - United States	200 \$ 200 € 200 € 200 € 200 \$
5	Publications in foreign journals included in Web of Science and Scopus: the period of publication with the receipt of the pdf-version - 1 month from the date of payment	from \$ 1500 (without the cost of translation services in English)

Science and practice

Collection of scientific articles

Copyright © 2019 by the authors
All rights reserved.

WARNING

Without limitation, no part of this publication may be reproduced, stored, or introduced in any manner into any system either by mechanical, electronic, handwritten, or other means, without the prior permission of the authors

Edited by the authors.

ISBN 978-960-568-803-9