

ISSN 1987-6890

განმარტვეთილბო

EKONOMISTI

საერთაშორისო სამეცნიერო-ანალიტიკური ჟურნალი

International Scientific-Analytical Journal

6

2 0 1 2

UDC33

ე-49

ივანე ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტი

ეკონომისტი

საერთაშორისო სამეცნიერო-ანალიტიკური ჟურნალი
გამოდის 2009 წლის იანვრიდან

დეკემბერი **6** 2012

მთავარი რედაქტორი რამაზ აბუსაძე

სამეცნიერო-სარედაქციო კოლეგია

საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიის წევრ-კორესპონდენტები:
ვლადიმერ კაპაგა, ავთანდილ სილაგაძე, ლეო ჩიქავა

ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორები:

იური ანანიავილი, როზეტა ასათიანი, თემურ ბერიძე, ბიორგი ბერუღაშვილი, ვახტანგ ბურღული, რევაზ გოგოხია, რევაზ კაკულია, თემურ კანდელაკი, მურმან კვარაცხელია, ალფრედ კურატაშვილი, იაკობ მუსხია, ელგუჯა მამყაბიშვილი, სოლომონ აპვლიაშვილი, შანგი სამაღაშვილი, როლანდ სარჩიშვილი, ავთანდილ სულაბერიძე, თემურ შინგელია, თინა ჩხეიძე, ნოდარ ჭითანავა, ეთერ ხარაიშვილი, მიხეილ ჯიბუტი.

ეკონომიკის დოქტორები:

ნანული არეშაძე, ნანა ბიბილაშვილი, მირაზ ბგვლესიანი, შალვა ბობიაშვილი, ლინა დათუნაშვილი (კასუხისმგებელი მდივანი), გულნაზ ეროგაიშვილი, ეთერ კაკულია, ნაზირა კაკულია, ანსორ კურატაშვილი, თეა ლახარაშვილი (მთავარი რედაქტორის მოადგილე), იზა ნათელაური, დალი სოლოღაშვილი, ნოდარ ხაჯური, მამუკა ხუციშვილი (მთავარი რედაქტორის მოადგილე), რევაზ ჯავახიშვილი.

უცხოელი წევრები:

ანა ახვლედიანი (დიდი ბრიტანეთი, კასუხისმგებელი მდივანი უცხოეთში), ლარისა ბელინსკაია (ლიტვა), ელდარ ისაილოვი (აზერბაიჯანი), ბინდრა კანაუსკინენ (ლიტვა), დავით კურტანიძე (აშშ, მთავარი რედაქტორის მოადგილე), ვლადიმერ მენშიკოვი (ლატვია), მიხეილ როკიტელიშვილი (აშშ), სლავომირ პარტიციპი (პოლონეთი), დიმიტრი სოროკინი (რუსეთი).

ჟურნალი ხელმძღვანელობს თავისუფალი პრესის პრინციპით. რედაქციის შეხედულება შესაძლოა არ ემთხვეოდეს ავტორის აზრს და იგი პასუხს არ აგებს ინფორმაციის სიზუსტეზე.

თბილისი

Ivane Javakhishvili Tbilisi State University
Paata Gugushvili Institute of Economics

EKONOMISTI

International Scientific-Analytical Journal
Published from January 2009

December **6** 2012

Editor-in-Chief Ramaz Abesadze

SCIENTIFIC-EDITORIAL BOARD

CORRESPONDING MEMBERS OF THE NATIONAL ACADEMY OF SCIENCES OF GEORGIA:

Leo Chikava, Vladimer Papava, Avtandil Silagadze

DOCTORS OF ECONOMIC SCIENCES:

Iuri Ananiashvili, Roseta Asatiani, Temur Beridze, Giorgi Berulava, Vakhtang Burduli, Nodar Chitanava, Tina Chkheidze, Revaz Gogokhia, Mikhail Jibuti, Revaz Kakulia, Temur Kandelaki, Eter Kharashvili, Murman Kvaratskhelia, Alfred Kuratashvili, Jakob Meskhia, Elguja Mekvabishvili, Solomon Pavliashvili, Ushangi Samadashvili, Roland Sarchimelia, Temur Shengelia, Avtandil Sulaberidze.

DOCTORS OF ECONOMICS:

Nanuli Arevadze, Nana Bibilashvili, Lina Datunashvili (executive secretary), Gulnaz Erkomaishvili, Shalva Gogiashvili, Merab Gvelesiani, Revaz Javakhishvili, Nazira Kakulia, Eteri Kakulia, Anzor Kuratashvili, Tea Lazarashvili (deputy editor-in-chief), Iza Natelauri, Nodar Khaduri, Mamuka Khuskivadze (deputy editor-in-chief), Dali Sologhashvili.

FOREIGN MEMBERS:

Anna Akhvlediani (Great Britain, executive secretary abroad), Larisa Belinskaja (Lithuania), Eldar Ismailov (Azerbaijan), Gindra Kasnauskiene (Lithuania), David Kurtanidze (USA, deputy editor-in-chief abroad), Vladimir Menshikov (Latvia), Slawomir Partycki (Poland), Mikhail Roketlishvili (USA), Dmitri Sorokin (Russia).

The journal follows the principles of free press. The views of editorial board do not necessarily reflect author's option and it accepts no responsibility for the accuracy of information.

Tbilisi

ს ა რ ჩ ე ვ ი

მნიშვნელოვანი ღონისძიება	5
წინანსები და საბანკო საქმი	
<i>გივი ლემონჯავა</i> – ბანკის საკრედიტო რისკის მოდელირება	12
საზღვარგარეთის ქვეყნების ეკონომიკა	
<i>Olena Romanec</i> – Global Practice of Regulation and Maintenance of the Food Security and Possibilities of its Application in Ukraine	22
<i>Oksana Sychenko</i> – Formation of Social Structure of Society in the Countries with Developed Market Economy and in Ukraine	27
<i>Lyudmyla Velychko</i> – Directions of State Social Policy of Ukraine in Modern Conditions	32
მარკეტინგი	
<i>ნარგიზა ქარქაშაძე, ნათელა კაკაურიძე</i> – მომხმარებლის დამოკიდებულების შესწავლა ელექტრონულ ბაზარზე და განვითარების მარკეტინგული სტრატეგიები	37
<i>ეკატერინე მაღლაკელიძე, ელისაბედ მაღანია</i> – რა უნდა გაეაკეთოთ კომპანიის მუდმივად შემცირებადი მარკეტინგული ბიუჯეტის პირობებში?	44
ბანათლების ეკონომიკა	
<i>Nataliya Boretskaya</i> – Process of Theoretical Comprehension of Private Education as a New Social Phenomenon	50
<i>Olena Stsiban</i> – Role of the State in the Provision of Lifelong Education System with Predictable Labour Market Dynamics	57
მენეჯმენტი	
<i>ემზარ ჯულაყიძე</i> – პერსონალის მოტივაცია – კონკურენციაში წარმატების პირველადი წყარო	64
<i>ფატი შენგელია</i> – კომუნიკაციის როლი ორგანიზაციის მართვაში	69
ინვესტიციები	
<i>Andriy Klub</i> – The Development of Mechanisms of Coordinated Measures of National, Regional Regulation and Stimulation of Investments	74
ენერგომომარაგება	
<i>Tatyana Birkovich</i> – Fundamentals in Systematic Approach for the Development of an Effective State Regulation of Energy Market	80
მაბისტრანტებისა და ღოჭტორანტების სამეცნიერო ნაშრომები	
<i>Tornike Khoshtaria</i> – The Importance of Multinational Marketing Information Systems (MMIS) to Marketing Management	87
<i>მარიამ ჯიბუტი</i> – ფრენშიაინგის განვითარება: პრობლემები, პერსპექტივები	92
ინფორმაცია	95

C O N T E N T S

SIGNIFICANT MEASURE	5
FINANCES AND BANKING	
<i>Lemonjava Givi</i> – Modeling of Bank Credit Risk	12
ECONOMY OF FOREIGN COUNTRIES	
<i>Romanec Olena</i> – Global Practice of Regulation and Maintenance of the Food Security and Possibilities of its Application in Ukraine	22
<i>Sychenko Oksana</i> – Formation of Social Structure of Society in the Countries with Developed Market Economy and in Ukraine	27
<i>Velychko Lyudmyla</i> – Directions of State Social Policy of Ukraine in Modern Conditions	32
MARKETING	
<i>Karkashadze Nargiza, Kakauridze Natela</i> – Study Behaviour of the Consumers in the Electronic Market and Marketing Strategy of Development	37
<i>Maghlakelidze Ekaterine, Malania Elisabed</i> – What to do When the Marketing Budget of a Company Take a Dive	44
EDUCATION ECONOMY	
<i>Boretskaya Nataliya</i> – Process of Theoretical Comprehension of Private Education as a New Social Phenomenon	50
<i>Stsiban Olena</i> – Role of the State in the Provision of Lifelong Education System with Predictable Labour Market Dynamics	57
MANAGEMENT	
<i>Julakidze Emzar</i> – Personnel Motivation-Primary Source of Success in Competition	64
<i>Shengelia Fati</i> – The Role of Communication in Organization Management	69
INVESTMENTS	
<i>Klub Andriy</i> – The Development of Mechanisms of Coordinated Measures of National, Regional Regulation and Stimulation of Investments	74
ENERGY SUPPLY	
<i>Tatyana Birkovich</i> – Fundamentals in Systematic Approach for the Development of an Effective State Regulation of Energy Market	80
SCIENTIFIC WORKS OF UNDERGRADUATES AND DOCTORAL STUDENTS	
<i>Khoshtaria Tornike</i> – The Importance of Multinational Marketing Information Systems (MMIS) to Marketing Management	87
<i>Jibuti Mariam</i> – Development of Franchising: Problems, Perspectives	92
INFORMATION	95

მნიშვნელოვანი ღონისძიება

ა.წ. 22 ნოემბერს გაიმართა სიმპოზიუმი, რომელიც მიეძღვნა ინსტიტუტის ეოფილი, აწ გარდაცვლილი თანამშრომლების, ინსტიტუტის დირექტორის მოადგილის პროფესორ **თენგიზ ხოშტარიას**, განყოფილების გამგეების ემდ, პროფესორ **მიხეილ კახეთელიძის** და ემდ, პროფესორ **ვალერიან დათუკიშვილის**, მთავარი მეცნიერთანამშრომლის, ემდ, პროფესორ **იოველ ასათიანის** დაბადებიდან საიუბილეო თარიღებს. სიმპოზიუმის მონაწილეებს მიესალმა და მოხსენიებული თანამშრომლების სამეცნიერო და პედაგოგიურ საქმიანობაზე ისაუბრა ინსტიტუტის დირექტორმა, ემდ, პროფ. რამაზ აბესაძემ, მოგონებებით გამოვიდნენ საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემიის წევრ-კორესპონდენტები: **ლეო ჩიქავა და ვლადიმერ პაპავა**, აკადემიური დოქტორები: **ნანული არევაძე, ლინა დათუნაშვილი, რევაზ ჯავახიშვილი** და სხვები. გთავაზობთ მოგონებებს.

* * *



მაღალერზღირებული სწავლული ეკონომისტი და ღირსეული პიროვნება
(თენგიზ ხოშტარიას დაბადებიდან 85 წლისთავის გამო)

ძალზე ძნელია წარსულ დროში ილაპარაკო ისეთ ადამიანზე, როგორც გახლდათ ბატონი თენგიზ ხოშტარია. იგი იყო სიცოცხლით სავსე, თავის ქვეყანასა და ხალხზე გულმხურვალედ შეყვარებული, იშვიათი ადამიანური ხიბლის მქონე, ყველას მიმართ საოცრად გულისხმიერი და თავაზიანი პიროვნება. ბატონმა თენგიზ ხოშტარიამ განვლო ხანმოკლე, მაგრამ უაღრესად შინაარსიანი ცხოვრების გზა. იგი დაიბადა 1927 წელს თბილისში, გამორჩენილი პარტიული და სახელმწიფო მოღვაწის სიმონ ხოშტარიას ოჯახში. თბილისის პირველი საშუალო სკოლის წარმატებით დამთავრების შემდეგ სწავლას აგრძელებს მოსკოვის საინჟინრო-ეკონომიკურ ინსტიტუტში, ხოლო მისი დასრულების შემდეგ მუშაობს იქვე, ფოლადისა და შენადნობების ინსტიტუტში ინჟინრად.

1956 წლიდან იწყება მისი მოღვაწეობის სრულიად ახალი ეტაპი, როცა იგი ბრუნდება თბილისში და მუშაობას განაგრძობს საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის ეკონომიკის ინსტიტუტში ჯერ მეცნიერთანამშრომლად, ხოლო 1959 წლიდან იგი უკვე ამავე ინსტიტუტის სწავლული მდივანია. 1966 წელს თ. ხოშტარია გადაჰყავთ ახლად დაარსებულ ქართულ საბჭოთა ენციკლოპედიაში ეკონომიკისა და სამართლის რედაქციის ხელმძღვანელად, შემდეგ მას აწინაურებენ ამავე ენციკლოპედიის მთავარი რედაქციის პასუხისმგებელ მდივნად, ხოლო 1972 წლიდან – მთავარი რედაქტორის მოადგილედ.

მოდვეწერო წლებში ბატონი თენგიზი მუშაობას განაგრძობს საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის პრეზიდიუმის აპარატში სამეცნიერო-კვლევით დაწესებულებათა და უმაღლესი სასწავლებლების საბუნებისმეტყველო და საზოგადოებრივ მეცნიერებათა დარგის სამეცნიერო საქმიანობის საკოორდინაციო საბჭოს თავმჯდომარის მოადგილედ. 1976 წელს კი იგი ბრუნდება თავის მშობლიურ ეკონომიკისა და სამართლის ინსტიტუტში, სადაც იგი სიცოცხლის ბოლო დღემდე მუშაობს ინსტიტუტის დირექტორის მოადგილედ სამეცნიერო მუშაობის დარგში და იმავედროულად ხელმძღვანელობს ბუნებრივი რესურსების გამოყენებისა და გარემოს დაცვის ეკონომიკურ პრობლემათა განყოფილებას.

ბატონი თენგიზი იყო ძალზე ნიჭიერი და შრომისუნარიანი მეცნიერ-მკვლევარი. იგი ავტორია არაერთი სამეცნიერო ნაშრომისა, რომელთა შორის აღსანიშნავია მონოგრაფიული გამოკვლევა – „მრეწველობის განვითარება ამიერკავკასიის რეგიონში“, რაზეც მან დაიცვა თავისი საკვალიფიკაციო ნაშრომი.

ბატონი თენგიზ ხოშტარია, ნაყოფიერი სამეცნიერო და სამეცნიერო-ორგანიზაციული მუშაობის პარალელურად, ეწეოდა აქტიურ საზოგადოებრივ მოღვაწეობას. წლების განმავლობაში იგი იყო საქართველოს უმაღლესი სასამართლოს სახალხო მსაჯული და პოლიტიკანათლების სახლის ეკონომიკური სექციის მეთოდსაბჭოს თავმჯდომარე. ყველგან, სადაც მას უმუშავია, დიდი ენთუზიაზმითა და პასუხისმგებლობით ეკიდებოდა მინდობილი საქმის შესრულებას, პირად ცხოვრებაში იყო ძალზე მოზომილი, თავმდაბალი, უპრეტენზიო, ყურადღებიანი და გვერდში მდგომი ადამიანი, რის გამოც ყველასაგან იმსახურებდა უდიდეს პეტივისცემასა და სიყვარულს.

ბატონი თენგიზის ყველაზე ხანგრძლივი და ნაყოფიერი საქმიანობის წლები მაინც ეკონომიკისა და სამართლის ინსტიტუტთანაა დაკავშირებული. იგი აქ ჩამოყალიბდა როგორც მეცნიერ-მკვლევარი და სამეცნიერო მუშაობის ორგანიზაციის შესანიშნავი სპეციალისტი. ინსტიტუტში სწავლული მდივნისა და სამეცნიერო დარგში დირექტორის მოადგილის თანამდებობებზე მუშაობის დროს მან გამოავლინა საკვლევი პრობლემების ხედვის, საკვლევი თემატიკის განსაზღვრის, მისი შესრულებისა და კვლევის შედეგების ანგარიშგების ორგანიზაციის დიდი ცოდნა და უნარი. ისიც გასათვალისწინებელია, რომ ამ დროს ინსტიტუტი იყო მრავალპროფილიანი-ეკონომიკურ მეცნიერებებთან ერთად, აქ აქტიური მუშაობა მიმდინარეობდა სამართლებრივი მეცნიერებების ხაზითაც. გარდა ამისა, ინსტიტუტს თავისი ქვედანაყოფები ჰქონდა აფხაზეთში, აჭარასა და ე. წ. სამხრეთ ოსეთში.

სამეცნიერო-კვლევით მუშაობასთან ერთად, იგი აქტიურად იყო ჩართული სამეცნიერო კადრების მომზადების საქმეში. ფაქტობრივად, ბატონ თენგიზს ევალებოდა ასპირანტებსა და მაძიებლებთან მუშაობის, საკანდიდატო მინიმუმის საგნების მომზადება-ჩაბარების, სადისერტაციო ნაშრომების დაცვის საბჭოს მუშაობისა და მასთან დაკავშირებული მასალის მომზადებისა და უმაღლეს საატესტაციო კომისიაში წარსადგენი დოკუმენტაციის მომზადებასთან დაკავშირებული მუშაობის ორგანიზაციის ხელმძღვანელობა.

ბატონმა თენგიზმა ფასდაუდებელი წვლილი შეიტანა ინსტიტუტის მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის სრულყოფაშიც. მისი უშუალო ხელმძღვანელობითა და ყოველდღიური მზრუნველობით ჩატარდა ინსტიტუტის შენობის საინჟინრო ექსპერტიზა, მისი საძირკვლის გამაგრების, ჭერისა და სახურავის შეცვლის, შენობის კაპიტალური რემონტისა და ინვენტარით აღჭურვის, მის პირველ სართულზე სათანადო ტექნიკით აღჭურვილი კვების ბლოკის შექმნის, ინსტიტუტის სხდომათა დარბაზის აშენებისა და ეზოს კეთილმოწყობის სამუშაოები. ბატონ იოველ ასათიანთან ერთად, მან დიდი შრომა გასწია ინსტიტუტის მებაღეობის

ამხანაგობის შექმნასა და მუხათწყაროში საბაღე ნაკვეთების გამოყოფაში, მის დაგეგმარებასა და თანამშრომლებზე დამაგრებაში.

ყველა ამ სამუშაოთა შესრულება მართლაც რომ ტიტანურ ენერჯიასა და შრომას მოითხოვდა. ბატონი თენგიზი ამ უდიდეს სამუშაოს დიდი მონდომებით, პასუხისმგებლობითა და წარმატებით ასრულებდა. ალბათ, სწორედ ესეც იყო იმის ერთ-ერთი მიზეზი, რომ მისმა გულმა ვეღარ გაუძლო ამდენ დატვირთვას და ნაადრევად შეწყდა მისი ძეგრა. ბატონი თენგიზი ძალიან ადრე წავიდა ამ ცხოვრებიდან, მაგრამ წავიდა ყველას წინაშე ვალმოსდილი და პირნათელი. ისეთი ადამიანები კი, როგორც ბატონი თენგიზ ხოშტარია იყო, არ კვდებიან, რამეთუ ისინი თავიანთი განვლილი ცხოვრებით უხვად იძლევიან ამქვეყნიური შინაარსიანი და უმწიკვლო ცხოვრების საუკეთესო მაგალითებს.

**აკადემიური დოქტორი
რევაზ ჯავახიშვილი**

* * *



ემდ. პროფესორ ვახტანგ კახეთელიძის მოგონება

მეცნიერების დამსახურებულ მოღვაწეს და დღაწლ-მოსილ პედაგოგს, ემდ, პროფესორ მიხეილ (ვახტანგ) კახეთელიძეს დაბადებიდან 100 წელი შეუსრულდა. იგი იმ მეცნიერ-ეკონომისტთა კოჰორტას ამშვენებდა, რომლებიც თავდადებით ემსახურებოდნენ მეცნიერების განვითარებასა და კვალიფიციური კადრების აღზრდის ფრიად კეთილშობილურ საქმეს.

ბატონი ვახტანგი დაიბადა 1912 წელს საქართველოს უღამაზეს კუთხეში რაჭაში, ამბროლაურის რაიონის სოფ. სამთისში. მან 1928-29 წლებში წარმატებით დაამთავრა თბილისის #1 სამრეწველო ეკონომიკური ტექნიკუმი, შემდეგ 1935-36 წლებში თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკური ფაკულტეტი, პოლიტიკური ეკონომიის სპეციალობით, ხოლო 1960 წელს მოსკოვის ლომონოსოვის სახელობის უნივერსიტეტის ასპირანტურა პოლიტიკური ეკონომიის განხრით.

იგი გამოჩენილი მეცნიერისა და საზოგადო მოღვაწის აკად. პ. გუგუშვილის მიერ შექმნილი მდიდარი ტრადიციების მქონე ქართული ეკონომიკური სკოლის ერთ-ერთი თვალსაჩინო წარმომადგენელი იყო. სწორედ ბატონი პაატას რეკომენდაციით დაიწყო მუშაობა ბატონმა ვახტანგმა ეკონომიკისა და სამართლის ინსტიტუტში ჯერ უფროს მეცნიერთანამშრომლად 1950 წელს და შემდეგ აგრარულ პრობლემათა განყოფილების გამგედ და ამ ინსტიტუტში გაატარა თავისი შემოქმედებითი ცხოვრების 35 წელი.

ბატონმა ვახტანგმა 1950წ დაიცვა საკანდიდატო დისერტაცია თეორიული ეკონომიკის პრობლემაზე – „მარქსის მოძღვრება მიწის დიფერენციალური რენტის შესახებ“, ხოლო სადოქტორო დისერტაცია – 1964 წელს თემაზე „საქარ-

თველოს სსრ მეცხოველეობის განვითარების ეკონომიკური პრობლემები". ბატონ ვახტანგს 1967 წელს მიენიჭა პროფესორის სამეცნიერო წოდება.

ბატონი ვახტანგი ნაყოფიერ მეცნიერულ საქმიანობას ეწეოდა. იგი 150-ზე მეტი სამეცნიერო ნაშრომის ავტორია, აქედან 20 წიგნად არის წარმოდგენილი. მისი ნაშრომები ნათარგმნია რუსულ, სომხურ და აზერბაიჯანულ ენებზე. ბატონი ვახტანგი იკვლევდა პოლიტიკური ეკონომიის თეორიულ პრობლემებს, სოფლის მეურნეობის ეკონომიკის საკითხებს. მისი ნაშრომები ეძღვნებოდა ეკონომიკური სტატისტიკის, ბუღალტრული აღრიცხვის, ვაჭრობის ეკონომიკისა და სხვა საკითხებს, რომლებმაც სპეციალისტთა მაღალი შეფასება დაიმსახურეს.

ბატონი ვახტანგი წლების მანძილზე მუშაობდა თბილისის საქალაქო საბჭოს და საქართველოს ცენტრალური კომიტეტის აპარატში სხვადასხვა თანამდებობებზე, იყო უზრუნველ „საქართველოს ეკონომისტის“ განყოფილების გამგე, ასევე იყო სხვადასხვა სამეცნიერო საბჭოს და ინსტიტუტში არსებული საკანდიდატო და სადოქტორო დისერტაციების სპეციალიზირებული საბჭოს წევრი.

მან, როგორც ერუდირებულმა და ნიჭიერმა პიროვნებამ, შრომითი საქმიანობა დაიწყო პოლიტიკური ეკონომიის თეორიული კურსის ლექტორად. ჯერ თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში, შემდეგ კი საქართველოს პოლიტექნიკურ ინსტიტუტში. მას გარკვეული წვლილი მიუძღვის ქვეყანაში მეცნიერ-ეკონომისტთა კადრების მომზადებაში. მისი ხელმძღვანელობით დისერტაცია დაიცვა 25-ზე მეტმა ასპირანტმა და მაძიებელმა; იმ პერიოდში ინსტიტუტში ასეთი ტრადიცია იყო დამკვიდრებული: ინსტიტუტის დირექტორი აკად. პაატა გუგუშვილი მეცნიერხელმძღვანელთან შეთანხმებით ინსტიტუტში სამუშაოდ ტოვებდა ასპირანტურის წარჩინებულ კურსდამთავრებულებს. ბატონი ვახტანგის განყოფილებაში წლების განმავლობაში მუშაობდნენ: ეკონომიკის მეცნიერებათა კანდიდატები: ლ. დათუნაშვილი, თ. ქავთარაძე, ლ. გვენეტაძე, ქ. წიკლური, ო. წივილაშვილი, ზ. თოღორდავა, ნ. ცომაია და სხვები.

ბატონი ვახტანგი მონაწილეობას იღებდა ქ. ლენინგრადსა და ბუდაპეშტში გამართულ ეკონომისტთა საერთაშორისო კონგრესებში.

იგი განსაკუთრებული თვისებების მატარებელი პიროვნება იყო, რაც მას საშუალებას აძლევდა ყოფილიყო კარგი მეცნიერი, პედაგოგი, მეცნიერების ორგანიზატორი, კარგი შვილი, ყურადღებიანი და მოსიყვარულე მეუღლე და მამა, მეგობარი და მოქალაქე. ბატონი ვახტანგი იყო ნიჭიერი და პრინციპული, ახლობლებისა და მეგობრების მიმართ ერთგული ადამიანი.

ბატონ ვახტანგს დარჩა კარგი ოჯახი.

ახლობლები, აღზრდილები, კოლეგები ღირსეულ პატივს მიაგებენ გამოჩენილი ქართველი სწავლული ეკონომისტის, პროფ. ვახტანგ კახეთელიძის ხსოვნას.

*აკადემიური დოქტორი
ლინა დათუნაშვილი*

ბატონ ვახტანგ კახეთელიძის ბახსენება

ბატონი ვახტანგი დიდი კაცი იყო... იგი ამაყობდა იმით, რომ იყო აკადემიკოს პაატა გუგუშვილის მოწაფე და მისი სკოლის წარმომადგენელი. მას უყვარდა ბატონი პაატა და ეამაყებოდა მასთან მეგობრობა. იგი ბატონ პაატას გვერდიდან მაშინაც არ მოსცილებია, როდესაც ხელისუფლება მას არ წყალობდა.

ბატონი ვახტანგი ერუდირებული და განათლებული პიროვნება იყო. მან კარგად იცოდა გერმანული ენა, იცნობდა მსოფლიო ლიტერატურასა და პოეზიას; განსაკუთრებით უყვარდა ონიაშვილისეული გოეთეს ფაუსტის თარგმანი. ბატონი ვახტანგი იხსენებდა ხოლმე წვეულებებს, სადაც ბატონი პაატა გუგუშვილი, ვასო ჩანტლაძე და სხვანი ესწრებოდნენ. ბატონ პაატას თურმე წესად ჰქონია, რომ სუფრის წევრებს სუფრასთან ლექსი აუცილებლად უნდა ეთქვათ. „ერთ-ერთ სუფრაზე ჩემი რიგი რომ მოვიდაო, – იხსენებდა ბატონი ვახტანგი, – გერმანულ ენაზე გოეთეს ფაუსტიდან პროლოგი და ონიაშვილისეულის თარგმანიდან იგივე პროლოგი ქართულ ენაზე წავიკითხეო.“

ბატონი ვახტანგი ყოველთვის ყურადღებით აღევნებდა თვალყურს ქვეყნის კულტურულ ცხოვრებას. იგი ესწრებოდა სპექტაკლებს (ხანდახან მეც წამიყვანდა) ოპერაში, რუსთაველის თეატრში, მუსკომედიაში, იოსებ ნონეშვილის მოწვევით მწერალთა კავშირში გამართულ ღონისძიებებს და პოეზიის საღამოებს.

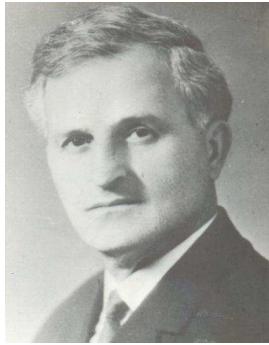
ბატონი ვახტანგი ღმერთივით კაცი იყო (როგორც თვითონ იტყვოდა ხოლმე სხვასთან მიმართებით). გარეგნულ წარმოსადგობასთან ერთად კარგ მოსაუბრედ ითვლებოდა, ასევე კარგად მღეროდა; განსაკუთრებით უყვარდა „ღარაია“ და „ქუთაისი გადამწვარა“. ბატონ ვახტანგს ჰქონდა იუმორის დიდი გრძობა; სუფრის წევრებისათვის მისი იქ ყოფნა ყოველთვის დიდი სიამოვნებით აღიქმებოდა. ბატონ ვახტანგს სახლში ყოველთვის ჰქონდა სასმელი, არაყსა და კონიაკს დასაღვევად არ ეკარებოდა.

ბატონი ვახტანგი მრავალმხრივ განსწავლული დიდი მეცნიერ-ეკონომისტი იყო. მისი კვლევის სფეროს მიეკუთვნებოდა ბუღალტერია, სტატისტიკა, აგრარული ეკონომიკა, ასევე ეკონომიკური თეორია.

მონატრებით ვიგონებ ბატონ ვახტანგს და ვამაყობ, რომ ჩემი ცხოვრების საუკეთესო წლები მასთან შეგირდობაში გავატარე. გული მტკივა, ბატონი ვახტანგი ჩვენ გვერდით აღარ არის, მაგრამ ჩემგან მისდამი კეთილი მოგონება და ტკივილიანი მონატრება ყოველთვის გულწრფელი იქნება.

*თენგიზ ქავთარაძე
ლაბორატორიის გამგე*

* * *



ბატონმა იოველმა გრძელი და შინაარსიანი გზა განვლო. მან მოღვაწეობა დაიწყო როგორც მწერალმა და პოეტმა. იგი, ჯერ კიდევ სულ ახალგაზრდა, რედაქტორობდა სხვადასხვა პერიოდულ ჟურნალს და რესპუბლიკურ პრესაში აქვეყნებდა სტატიებს, ლექსებსა და მოთხრობებს. ამ სფეროში წარმატებული საქმიანობის მიუხედავად, ბატონმა იოველმა საბოლოოდ ეკონომიკურ მეცნიერებაში მოღვაწეობის რთული გზა აირჩია. მის კალამს ეკუთვნის არაერთი სამეცნიერო გამოკვლევა, განსაკუთრებით ეკონომიკური ისტორიისა და ეკონომიკურ მოძღვრებათა ისტორიის სფეროში. სა-

ქართველოს საზოგადოებამ ინტერესით მიიღო მისი მონოგრაფიები: “თბილისის ქართული საადგილმამულო ბანკის დაარსება” და “ილია ჭავჭავაძე და თბილისის ქართული საადგილმამულო ბანკი”.

მეცნიერულ მოღვაწეობასთან ერთად თავი გამოიჩინა როგორც პედაგოგმა და ორგანიზატორმა. იგი წარმატებით კითხულობდა ლექციებს ქვეყნის არაერთ უმაღლეს სასწავლებელში, იყო საქართველოს ერთ-ერთი რაიონის განათლების განყოფილების გამგე და მსხვილი ტექნიკუმის დირექტორი.

განსაკუთრებით ნაყოფიერია მისი მოღვაწეობა საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის ეკონომიკის ინსტიტუტში, რომელსაც თავისი დირექტორი კვალი დაატო, როგორც მეცნიერული, ისე საზოგადოებრივი მოღვაწეობით. მან გამოიჩინა უმაგალითო შეუპოვრობა და 88 წლის ასაკში დაიცვა დისერტაცია ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორის სამეცნიერო ხარისხის მოსაპოვებლად.

ბატონი იოველი ყოველივე ამასთან ერთად დაჯილდოვებული იყო მრავალი ადამიანური თვისებით – მისი უშუალობა, თავმდაბლობა, სიკეთის ქმნის მუდმივი სურვილი არ შეიძლება შეუმჩნეველი დარჩენოდა, ვისაც კი მასთან ურთიერთობა ჰქონია. იგი დიდ მზრუნველობას იჩენდა ინსტიტუტის მატერიალურ-ტექნიკური ბაზის სრულყოფისა და თანამშრომელთა კეთილდღეობის გაუმჯობესებისათვის, რისთვისაც უშურველად იყენებდა თავის დიდ უნარს ადამიანებთან ურთიერთობისა.

ინსტიტუტის კოლექტივი მაღლიერების გრძნობით იხსენებს ამ შესანიშნავი მეცნიერის, პედაგოგისა და პიროვნების დაბადებიდან 105-ე წლისთავს. ღმერთმა ნათელში ამყოფოს მისი სული, ხოლო მის ოჯახს ბედნიერებასა და წარმატებას უსურვებს.

პროფესორი რამაზ აბესაძე

* * *



ვალერიან პიროვნება

ეკონომიკურ მეცნიერებათა დოქტორს, პროფესორ ვალერიან დათუკიშვილს დაბადებიდან 90 წელი შეუსრულდა. მას დედა სრულიად ახალგაზრდა გარდაეცვალა, დაობლებული ბავშვის აღზრდა მამიდან იტვირთა და სოფლიდან ქ. თბილისში ჩამოიყვანა. სკოლა ახალი დამთავრებული ჰქონდა, როცა დიდი სამამულო ომიც დაიწყო. ბატონი ვალერიანი ომში პირველსავე წელს ჩაება, როგორც ტანკისტი, მაგრამ მძიმედ დაიჭრა, არმიიდან დემობილიზებული იქნა და ჩაირიცხა ქ. თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტის ეკონომიკურ ფაკულტეტზე. რომელიც 1946 წელს წარმატებით დაასრულა. შემდეგ მოსკოვში პროფესორ ცაგოლოვის ხელმძღვანელობით 1950 წელს დაიცვა დისერტაცია ეკონომიკურ მეცნიერებათა კანდიდატის სამეცნიერო ხარისხის მოსაპოვებლად. მომდევნო წლებში ბატონმა ვალერიანმა მთელი თავისი ცოდნა და გამოცდილება სტუდენტთა ახალგაზრდობის აღზრდას დაუკავშირა, ის წარმატებით კითხულობდა პოლიტიკური ეკონომიის სალექციო კურსს თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტში, საქართველოს ზოგვეტერინალურ ინსტიტუტში და პოლიტექნიკურ ინსტიტუტში, სადაც კათედრის გამგედაც მუშაობდა. 1968 წელს დაიცვა სადოქტორო დისერტაცია, რომელიც საქართველოში მანქანათმშენებლობის მრეწველობის განვითარების საკითხებს ეძღვნებოდა.

ბატონი ვალერიანი საქართველოს მეცნიერებათა აკადემიის ეკონომიკისა და სამართლის ინსტიტუტში 1971 წელს მოვიდა და თითქმის სიკვდილამდე მუშაობდა უფროს და წამყვან მეცნიერთანამშრომლად, ლაბორატორიისა და განყოფილების გამგედ, წერდა და აქვეყნებდა სამეცნიერო ნაშრომებს პოლიტიკური ეკონომიის, მრეწველობის ეკონომიკის პრობლემებზე.

ყველას, ვინც ბატონ ვალერიანს იცნობდა, შეუძლია თქვას, რომ ის იყო დინჯი, სამართლიანი და გაწონასწორებული პიროვნება, რომელიც ყოველთვის მზად იყო უშურველად დახმარებოდა ყველას. იცხოვრა ჩუმად, უპრეტენზიოდ, შინაგანი ღირსებითა და რწმენით, ჯანსაღი ცხოვრებით. ის უმწიკვლოდ ემსახურა ქვეყანას და ორი შვილისა და ორი შვილიშვილის გარდა არაერთი სტუდენტი და დისერტანტი აღზარდა, მათ შორის ამ სტრიქონების ავტორიც.

პროფ. ვალერიან დათუკიშვილი 2011 წლის 21 მაისს გარდაიცვალა. დაჯილდოებული იყო ღირსების ორდენით. ამ ნათელი პიროვნების ხსოვნა მარად დარჩება იმათ გულებში, ვინც მას იცნობდა.

*აკადემიური დოქტორი
ნანული არევაძე*

ზინანსები და საბანკო საქმე

გივი ლემონჯავა

საქართველოს უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი

ბანკის საკრედიტო რისკის მოდელირება

შესავალი

ბოლო დროს, საკრედიტო რისკის მიმართ ღია პოზიციის სიდიდე იქცა ბანკების მთავარ პრობლემად მსოფლიოს მაშტაბით. ბანკების უმრავლესობისთვის სესხები არის საკრედიტო რისკი მთავარი და ყველაზე ცხადი წყარო. საკრედიტო რისკი მარტივად შეიძლება განვმარტოთ, როგორც კონტრაქტის მეორე მხარის უუნარობა, შეთანხმებული პირობების შესაბამისად შესრულოს საკუთარი ვალდებულებები. ბანკის საკრედიტო რისკის მენეჯმენტის მიზანი არის ბანკის რისკით შეწონილი შემოსავლების მაქსიმიზება, რაც მიიღწევა საკრედიტო რისკის მიმართ ღია პოზიციის მოქცევით საკონტროლო პარამეტრების დასაშვები დონის ფარგლებში. ბანკს სესხებთან მიმართებით აქვს ორი დონის რისკი: საკრედიტო პორტფელისა და ინდივიდუალური სესხების. ბანკის საკრედიტო რისკის ეფექტური მენეჯმენტი მოიცავს ორივე დონეს და უზრუნველყოფს ბანკის მოკლე და გრძელვადიანი მიზნების მიღწევას. საბანკო კრიზისის ანალიზი გვიჩვენებს, რომ, უმრავლეს შემთხვევაში, ბანკების გაკოტრების მთავარი მიზეზი იყო დიდი საკრედიტო დანაკარგები.

საკრედიტო რისკის მნიშვნელობის შესაბამისად, ბანკს უნდა შეეძლოს საკრედიტო რისკის იდენტიფიკაცია, გაზომვა, მონიტორინგი და კონტროლი. გარდა ამისა, ბანკმა უნდა შეაფასოს, რამდენად ადეკვატურია კაპიტალი აღებული საკრედიტო რისკის. ბაზელის კომიტეტმა შეიმუშავა ძირითადი პრინციპები, რომელთა ბაზაზე რეკომენდირებულია აიგოს საკრედიტო რისკის მარტვის საიმედო სისტემა¹. ეს პრინციპები ეხება შემდეგ სფეროებს: (1) საკრედიტო რისკის სათანადო გარემოს შექმნა; (2) ოპერირება კრედიტის გაცემის საიმედო პროცესის გამოყენებით; (3) კრედიტების სათანადო ადმინისტრირება, შეფასება და მონიტორინგი; (4) საკრედიტო რისკზე ადეკვატური კონტროლი.

საკრედიტო რისკის მოდელირების ამოცანად ჩვენ განვიხილავთ საკრედიტო პროდუქტების მიხედვით საკრედიტო რისკის შეფასებას და აგრეგირებას. მოდელის შედეგები ასევე შეიძლება გამოვიყენოთ რისკის მენეჯმენტისა და საქმიანობის შედეგების შეფასების საქმეში, კლიენტის მომგებიანობის ანალიზში, ფასდადებაში რისკის ფაქტორის გათვალისწინებით, შედეგებზე მიბმული კომპენსაციების განსაზღვრაში. ბოლო დროს დაიწყო საკრედიტო რისკის მოდელის გამოყენება საკრედიტო პორტფელის მენეჯმენტსა და გადაწყვეტილებებში კაპიტალის სტრუქტურასთან დაკავშირებით. თუ მოდელი იქნება კონცეპტუალურად გამართული, საიმედო, ემპირიულად შემოწმებული და იძლევა ბანკების კაპიტალის მოთხოვნის ადეკვატურ შეფასებებს, მაშინ რეგულირებასაც შეეძლება დაეყრდნოს მას და კაპიტალის მოთხოვნა განსაზღვროს მის საფუძველზე.

პრაქტიკაში ფართოდ არის დანერგილი საბაზრო რისკის მოდელი, რომლის საფუძველზე განისაზღვრება რისკის ექვივალენტური მოთხოვნა ცაპიტალზე. ორი მიზეზის გამო საკრედიტო რისკის მოდელი ვერ იქნება საბაზრო

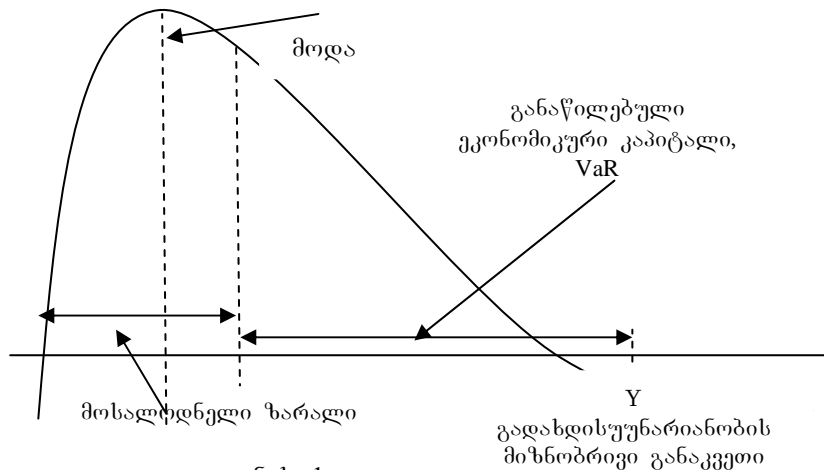
¹ Basel Committee on Banking Supervision, (2000), Principles for the Management of Credit Risk, from <http://www.bis.org>

რისკის მოდელის უბრალო გაფართოება. პირველი მიზეზი არის მონაცემების არასაკმარისობა. საკრედიტო რისკის მატარებელი ინსტრუმენტების უმრავლესობა არ არის საბაზრო, ამიტომ მოდელის საფუძველზე ასეთი ინსტრუმენტების ფასის პროგნოზი არ იქნება სრულად ისტორიული ფასების სტატისტიკური შეფასების შედეგი. კრედიტების გაფუჭების შემთხვევების განაწილება არ არის სიმეტრიული. ეს მართლაც არის შემთხვევითი სიდიდე, მაგრამ მისი განაწილება წანაცვლებულია პოზიტიურად.

მეორე მიზეზია მოდელის ვალიდაცია. საბაზრო რისკის მოდელი მოიცავს სულ რამდენიმე დღეს, ხოლო საკრედიტო რისკის მოდელი – ერთ წელს ან მეტს. ეს მომენტი ართულებს მოდელის სიზუსტის შეფასებას. თუ კიდევ გავითვალისწინებთ ნდობის ინტერვალის დონეს, აღნიშნული სირთულე კიდევ უფრო იზრდება. რაოდენობრივ ვალიდაციას დასჭირდება მრავალი წელი, რაც არაპრაქტიკულია, რადგან მოიცავს საკრედიტო ციკლების სიმრავლეს. თუმცა, ციკლურობის კომპონენტის ამოღება დროითი მწკრივიდან შესაძლებელია² და ამ საკითხს ქვემოთ შევეხებით.

საკრედიტო დანაკარგი არის შემთხვევითი სიდიდე, რომელსაც აქვს განაწილების ფუნქცია. საკრედიტო რისკის მოდელის მთავარი შედეგი უნდა იყოს ამ ფუნქციის აგება. საკრედიტო დანაკარგს ყოფენ ორ კომპონენტად. ერთი არის მოსალოდნელი დანაკარგი დროის შერჩეულ პერიოდში, ანუ – საშუალო დანაკარგი, რომელიც აფასებს კონკრეტული პერიოდის მოსალოდნელ საკრედიტო დანაკარგის სიდიდეს თანხაში. მეორე კომპონენტი არის მოულოდნელი საკრედიტო დანაკარგი, რომელი თანხითაც მთლიანი ფაქტიური საკრედიტო დანაკარგი აღემატება მოსალოდნელს.

დანაკარგის პირველ კომპონენტს ფარავს ბანკის საკრედიტო რეზერვები, რომელიც იქმნება ბანკის სარეზერვო პოლიტიკის შესაბამისად და დროის კონკრეტულ მომენტში ასახავს საკრედიტო პორტფელის რაოდენობრივ და ხარისხობრივ მდგომარეობას. ამ ნაწილს არ სჭირდება ეკონომიკური კაპიტალის მიკუთვნება. ეკონომიკური კაპიტალი სჭირდება საკრედიტო დანაკარგის მეორე კომპონენტს – მოულოდნელ საკრედიტო დანაკარგს, ისე, რომ გაკონტრების მიზნობრივი განაკვეთი იყოს მიღწეული. გრაფიკულად ეს შეიძლება გამოვსახოთ შემდეგი სახით.



² Hanke, J. E., & Wichern, D. W. (2009). Business forecasting. Pearson Prentice Hall.

საბაზრო რისკისგან განსხვავებით, ეს არ არის ნორმალური განაწილება. ის წანაცვლებულია მარჯვნივ და არის გადახდისუუნარობის, ან საკრედიტო რეიტინგის შემცირების შედეგი. ამიტომ, აუცილებელია სესხის დანაკარგის განაწილების მოდელირება. ალბათობა იმისა, რომ VaR -მა ნდობის მოცემულ დონეზე გადააჭარბებს მოულოდნელ დანაკარგს, ტოლია ნდობის დონისა.

ეკონომიკური კაპიტალის გარდა, ბანკს აქვს საზედამხებველო კაპიტალის მოთხოვნა³. ბანკების უმრავლესობა ამ ორ კაპიტალს განიხილავს როგორც ურთიერთდამოუკიდებელს. თუ საზედამხებველო კაპიტალი ნაკლებია ეკონომიკურ კაპიტალზე, პრობლემა არ არის, ფასდადებაში სრულად იქნება ასახული გამოყენებული კაპიტალი. მაგრამ, პრობლემა ჩნდება მაშინ, როდესაც საზედამხებველო კაპიტალი აღემატება ეკონომიკურ კაპიტალს. ამ შემთხვევაში, მეტობა არ განაწილდება საბანკო პროდუქტების მიხედვით და ფასში არ იქნება ჩართული რეგულირების ხარჯის საკომპენსაციო კომპონენტი. ბანკის სიდიდიდან და მისი ბიზნესის სტრუქტურებიდან გამომდინარე, ეს სხვაობა შეიძლება იმდენად დიდი იყოს, რომ მისი დაუკომპენსირებლობით მნიშვნელოვნად შემცირდეს ბანკის წმინდა ღირებულება.

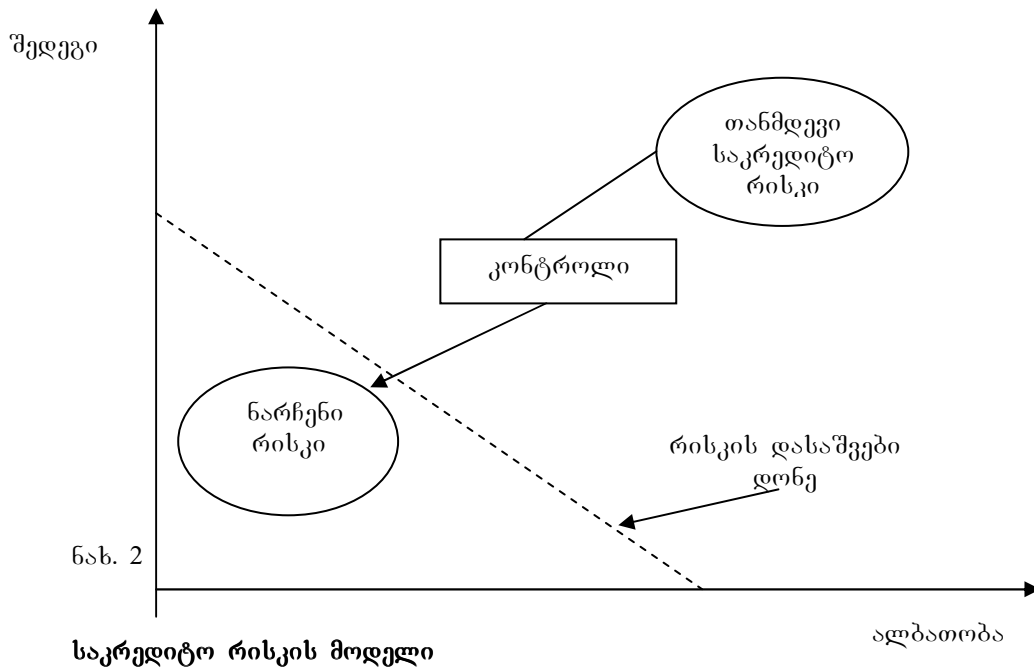
სათანადო პრინციპებისა და მეთოდის საფუძველზე შექმნილი და დანერგილი საკრედიტო რისკის მოდელი ბანკს აძლევს ხელშესახებ უპირატესობას. ამ მოდელით ბანკს შეუძლია დროულად განახორციელოს რისკის იდენტიფიკაცია, გაზომვა და მართვა. მოდელში ინდივიდუალური სესხების ერთობლივად ასახვა კომპოზიციის ეფექტის გათვალისწინების საშუალებას იძლევა და უკეთესად ასახავს კონცენტრაციის რისკს. როგორც ცნობილია, იცვლება ეკონომიკური გარემო, საბაზრო ფაქტორები, ბანკის ბიზნესის სტრუქტურა, რაც აისახება მოდელში და მათი შედეგები იქნება დროულად შეფასებული. და ბოლოს, მოდელის მნიშვნელოვანი შედეგი შეიძლება იყოს რეგულირების კაპიტალის მოთხოვნის შემცირება, თუ საბანკო რეგულირების ორგანო დარწმუნდება საკრედიტო რისკის მოდელის და მთლიანად ბანკის რისკ მენეჯმენტის სისტემის საიმედოობაში.

ბანკის მენეჯმენტის პასუხისმგებლობაში შედის საკრედიტო რისკის იდენტიფიკაცია, შეფასება, მართვა და მონიტორინგი, და ასევე შიდა კონტროლის მონიტორინგის სისტემის შექმნა. ამ ამოცანების შესასრულებლად ბანკს უნდა ჰქონდეს სწორად და სრულად იდენტიფიცირებული საკრედიტო რისკები და ასევე განსაზღვრული რისკის დასაშვები დონე. თუ რისკის გაზომვას ორ განზომილებაში – შედეგსა და ალბათობაში, მოვახდენთ, მაშინ მენეჯმენტის აღნიშნული ამოცანა გრაფიკულად ნახ. 2 სახით შეიძლება წარმოვადგინოთ.

რისკის დასაშვები დონე მტკიცდება უმაღლესი მენეჯმენტის ან სამეთვალყურეო საბჭო მიერ. მის დადგენასა და შესრულების კონტროლში დიდი დახმარების გაწევა შეუძლია საკრედიტო რისკების მოდელს და საკრედიტო რეიტინგების შიდა სისტემებს. მოდელი აკავშირებს რეგულირების კაპიტალის მოთხოვნას, რისკის მისაღები დონის შესაბამის კაპიტალს და ნარჩენი რისკის შესაბამის ეკონომიკურ კაპიტალს. სათანადო მმართველობისა და კონტროლის შემთხვევაში, ბანკის მენეჯმენტი ვერ გასცდება საკრედიტო რისკის მისაღებ დონეს და, ამასთან, მენეჯმენტს ეძლევა საშუალება, მნიშვნელოვნად შეამციროს რეგულირების მოთხოვნა კაპიტალზე, რაც დადებითად აისახება ბანკის მომგებიანობაზე. მხოლოდ, ამისთვის საჭირო იქნება ბანკს ჰქონდეს საკრედიტო რისკის მართვის ადეკვატური სისტემა. ამ სისტემის ორი ურთიერთდაკავშირებული კომპონენტია საკრედიტო რისკის მოდელი და რეიტინგების შიდა

³ Lemonjara, G. (2009). Banking loans: tendency and regulation. Economist, 4, 33-41

სისტემა. მოცემული ნაშრომი მიზნად ისახავს ამ ორი ინსტრუმენტის ინტეგრირებას საკრედიტო რისკის მართვის ერთიან მოდელში.



საკრედიტო რისკის მოდელი მოიცავს რამდენიმე ელემენტს. ესენია: 1) დროის ინტერვალი; 2) საკრედიტო რისკის საზომი – დიფოლტის თუ საბაზრო მეთოდი; 3) პირობით/უპირობო მოდელები; 4) კრედიტების აგრეგირების მეთოდი; 5) დიფოლტის მოვლენებს შორის კორელაცია.

მოდელის არჩევის რაიმე საყოველთაოდ აღიარებული სტანდარტი არ არსებობს. მოდელის არჩევის გადაწყვეტილებაში გასათვალისწინებელია ბანკის საკრედიტო პორტფელის მახასიათებლები და მისი საკრედიტო კულტურა. ზოგადად კი საჭიროა გაავანალიზოთ რამდენიმე კონცეპტუალური საკითხი, რომლებიც არსებითია ნებისმიერი მოდელის თუ მეთოდის არჩევისას.

საკრედიტო რისკის მოდელის ერთი ძირითადი შედეგია საკრედიტო დანაკარგის განაწილების ფუნქცია. ამ ფუნქციის ფარგლებში განისაზღვრება მოსალოდნელი საკრედიტო დანაკარგი, მოულოდნელი საკრედიტო დანაკარგი და მიზნობრივი ნდობის ინტერვალის შესაბამისი დანაკარგი (იხ. ნახ. 1). მართალია, ბოლო სექცია ხასიათდება დაბალი სისწირით, მაგრამ მათი მოხდენის შესაძლებლობა რეალურია და შესაბამისი ზარალი გაკოტრების ტოლფასია. ამდენად, ნდობის ინტერვალის დაფიქროვება გამოიწვევს VaR-ის მნიშვნელოვან ზრდას, და ეს კი – ბიზნესების შეზღუდვას. VaR-ი წარმოადგენს კაპიტალს, რომელიც მოსალოდნელი დანაკარგის ზევით ფარავს მოულოდნელ დანაკარგებს.

საკრედიტო რისკს აქვს რამდენიმე აღმძრავი, რომლებიც საკრედიტო რისკის მოდელის ცვლადებია. ესენია: 1) საკრედიტო რისკის მიმართ ღია პოზიცია; 2) მიგრაციის რისკი; 3) დიფილტის რისკი; 4) საკრედიტო დანაკარგის კომპენსირების რისკი.

საკრედიტო რისკის მიმართ ღია პოზიცია ტოლია თანხის, რომელიც შეიძლება ემართოს მეორე მხარეს. ეს შეიძლება გაიზომოს ბალანსური ღირებუ-

ლებით, რომელიც არის კლიენტის ბალანსური დავალიანება, ან საბაზრო ღირებულებით, რომელიც ითვალისწინებს მიგრაციის რისკს. საკრედიტო რისკის მოდელი, რომელიც ითვალისწინებს მიგრაციის რისკს, უფრო სრულად და ზუსტად აფასებს საკრედიტო დანაკარგს. თუმცა, გასათვალისწინებელია ის ფაქტი, რომ რთულდება საკრედიტო რისკის კომპონენტის ცხადად გამოყოფა.

განმარტების თანახმად, მხოლოდ მომავლის საკრედიტო რისკის მიმართ ღია პოზიცია არის რისკის ქვეშ. ამ კონტექსტში, მომავალი საკრედიტო რისკის ღია პოზიცია არ არის წინასწარ მოცემული სიდიდე, ის შემთხვევითი ცვლადია, რომლის წყარო არის გატანები გამოყოფილი საკრედიტო ხაზებიდან.

დიფოლტის რისკის შეფასებაში მნიშვნელოვანია დიფოლტის განმარტება. ეს გავლენას ახდენს დიფოლტის ალბათობასა და მის სიხშირეზე. გადახდის დიფოლტად მიზანშეწონილია ჩაითვალოს გადახდის ვადის გადაცილება 3 თვით. გაკოტრება და ბიზნესის რესტრუქტურირება უნდა ჩაითვალოს დიფოლტის შემთხვევად. ხოლო რაც შეეხება ფონდებს, მის დიფოლტად შეიძლება ჩაითვალოს წინასწარ დათქმული პირობების (ცოვენანტ) შეუსრულებლობა.

დიფოლტთან დაკავშირებული ზარალი ტოლია მატერიალიზებული დანაკარგის შემცირებული კომპენსაციით. მიგრაციის ალბათობა ითვლება ისტორიული მონაცემების საშუალებით. დიფოლტისაგან განსხვავებულ ნებისმიერ სხვა კლასის სტატუსში მიგრაცია არ იწვევს დანაკარგს ბალანსურ ღირებულებაში, თუნდაც დიფოლტის ალბათობა შეიცვალოს. ისტორიული მონაცემებით შეუძლებელია მოსალოდნელი დანაკარგის განსაზღვრა, ამიტომ ხშირად იყენებენ რეიტინგის სააგენტოების მონაცემებს. სააგენტოების რეიტინგი არ ზომავს ვალდებულების გამომშვების დიფოლტის ალბათობას, ის ზომავს გამოშვებული ინსტრუმენტის საკრედიტო ხარისხს. ამ პრობლემის დასაძლევად, ბანკები ხშირად იყენებენ შიდა რეიტინგებს (IBR). ამას ითვალისწინებს ბაზელის კომიტეტის ახალი შეთანხმება, რომელიც ცნობილია ბაზელ II –ის სახელწოდებით⁴. საკრედიტო რისკის მოდელის ხარისხი და მნიშვნელობა იზრდება, თუ ის ეყრდნობა ბანკის შიდა რეიტინგის გამართულ სისტემას (ბანკის შიდა რეიტინგის საკითხი დეტალურად იქნება განხილული ქვემოთ).

საკრედიტო რისკის მოდელმა უნდა მოგვცეს საკრედიტო დანაკარგის განაწილების ფუნქცია (PDF). ბანკის საკრედიტო დანაკარგის მოდელი უნდა იძლეოდეს PDF-ის საიმედო შეფასებას. ალბათობა იმისა, რომ საკრედიტო დანაკარგი მეტი იქნება Y-ზე, ტოლია ფართობის, რომელიც მოთავსებულია PDF-ის ქვეშ, Y –ის მარჯვნივ. ამ ფართის სიდიდით ხასიათდება საკრედიტო პორტფელის რისკიანობის ხარისხი: თუ ის დიდია, საკრედიტო პორტფელი მაღალრისკიანად უნდა ჩაითვალოს; თუ მცირე – დაბალრისკიანად. ბანკი საკრედიტო რისკად განიხილავს საკრედიტო დანაკარგის მოულოდნელ ნაწილს.

როგორც ვთქვით, მოცემული განაწილება არ იქნება ნორმალური, ამიტომ საჭირო იქნება შესატყვისი განაწილების ფუნქციის მოძებნა. PDF-ის კარგ აპროქსიმაციად მიგვაჩნია ლოგონორმალური განაწილება⁵ $X - \text{Log}(x, \mu, \sigma)$, რომლის სიმკვრივეა

⁴ Basel Committee on Banking Supervision, , from <http://www.bis.org>

⁵ Lazrieva N., Mania M., Mari G., Mosidze A., et al. (2000). Theory of Probability and Mathematical Statistics for Economists. Tbilisi: Institute of Mathematics.

$$f(x) = \frac{1}{x\sigma} \varphi(\ln x - \mu) / \sigma, x \geq 0 \quad (1)$$

და პარამეტრები:

$$\mu \in (-\infty; +\infty), \sigma > 0.$$

განაწილების მოცემული ფუნქციის ასაგებად საჭირო იქნება შერჩევის ბაზაზე გაკეთდეს მათი შეფასება. განაწილების ფუნქციის სიზუსტე დამოკიდებული იქნება შერჩევების რეპრეზენტაბელურობასა და სიდიდეზე, რომელიც არის ორი პარამეტრის ფუნქცია⁶:

$$n = \left(\frac{z \cdot s}{E} \right)^2$$

სადაც:

E – არის დასაშვები შეცდომა.

z – არის შერჩეული ნდობის ინტერვალის შესაბამისი z შეფასება.

s – არის პილოტური შერჩევის დისპერსია.

ზემოთ აღნიშნულ მოდელის შექმნის რამდენიმე სირთულის შესახებ. ერთი მათგანი ეხებოდა მონაცემების დეფიციტს. მცირე ზომის ბანკების დაკვირვებების სიმრავლის შეზღუდულობა არის საერთო პრობლემა. საქართველოში ყველაზე დიდ ბანკებშიც კი საშუალო და მსხვილი ბიზნეს სესხებისა და იპოთეკური სესხების რაოდენობა სულ რამდენიმე ასეულია. შედარებით დიდი სიმრავლეა სამომხმარებლო სესხებში. იმ ზომის შერჩევის გაკეთება, რომელიც უზრუნველყოფდა განაწილების ფუნქციის პარამეტრების საიმედო შეფასებას, პირველ ორ შემთხვევაში თითქმის შეუძლებელია.

მეორე პრობლემა მომდინარეობს მენეჯერული ინფორმაციული სისტემებისაგან, რომლებსაც ბანკები იყენებენ. სხვა საჭირო მონაცემებთან ერთად, იქ არ ხდება სესხების დიფოლტის და დანაკარგების აღრიცხვა. ეს საკრედიტო მოდელის დანერგვის საწყისი ეტაპის დამახასიათებელი პრობლემაა, რომლის გადაწყვეტა ამ დანერგვის გადავადებაშია, ან ანალოგიების და ექსპერტული შეფასებების გამოყენებაში.

განაწილების (1) ფუნქციის საშუალებით დაითვლება მოსალოდნელი და მოულოდნელი საკრედიტო დანაკარგები. მოსალოდნელი საკრედიტო დანაკარგი ტოლია

$$EL = \exp(\mu + \sigma^2 / 2) \approx \sum EDF_i \cdot EAD_i \cdot LGD_i$$

სადაც: EDF არის კრედიტის დიფოლტის მოსალოდნელი ალბათობა; EAD – დიფოლტისას მთლიანი სასესხო ბალანსი; LGD – დანაკარგის განაკვეთი მოცემული დიფოლტის შემთხვევაში.

დანაკარგის ეს ნაწილი იფარება შექმნილი სესხების რეზერვით, რომელიც არ ითვალისწინებს მოსალოდნელი დიფოლტის დადგომას. ეს კომპონენ-

⁶ Robert, D. Mason, & Douglas, A. Lind (1996). Statistical Techniques in Business & Economics. Irwin/McGraw-Hill.

ტი არ მონაწილეობს ეკონომიკური კაპიტალის განაწილების პროცესში. ეკონომიკური კაპიტალის განაწილების პროცესში მონაწილეობს მოულოდნელი დანაკარგი. საკრედიტო დანაკარგის განაწილების ფუნქცია (1) შეიცავს ორ პარამეტრს, რომელთაგან ერთი აფასებს საკრედიტო დანაკარგის საშუალო კომპონენტს (μ), ხოლო მეორე – დანაკარგის მოულოდნელ ნაწილის დისპერსიას (σ). გასანაწილებელი კაპიტალის სიდიდეს გასაზღვრავს საკრედიტო დანაკარგის სტანდარტული გადახრის რაღაც ჯერადი სიდიდე.

$$UL = \gamma \cdot \sum_i \{ \exp(2\mu_i + 2\sigma_i^2) - \exp(2\mu_i + \sigma_i^2) \} \approx \gamma \cdot \sum_i EAD_i \sqrt{EDF_i(1-EDF)LGD_i^2 + EDF_iVOL_i^2} \quad (2)^7$$

სადაც VOL არის LDG-ს სტანდარტული გადახრა, ხოლო γ - სტანდარტული გადახრის ჯერადობის კოეფიციენტი, რომელიც განისაზღვრება ნდობის ინტერვალის შერჩეულ დონეზე.

ფორმულა (2) არ ითვალისწინებს კორელაციას. თუ ერთი საკრედიტო ინსტრუმენტის კორელაცია დანარჩენ საკრედიტო ინსტრუმენტებთან მნიშვნელოვანია, მაშინ აუცილებელი იქნება ინდივიდუალური საკრედიტო დანაკარგის რისკების აგრეგირება შესაბამისი კორელაციის (ρ_i) კოეფიციენტებით. ამის გათვალისწინებით, (2) ფორმულა შემდეგ სახეს მიიღებს:

$$UL \approx \gamma \cdot \sum_i \rho_i \cdot EAD_i \sqrt{EDF_i(1-EDF)LGD_i^2 + EDF_iVOL_i^2}$$

წარმოდგენილი მოდელი ეყრდნობა შემდეგ დაშვებებს: 1) საკრედიტო ზარალი დგება მხოლოდ კრედიტის დიფოლტის შემთხვევაში; 2) დროის ინტერვალი ერთნაირია ყველა საკრედიტო ინსტრუმენტისთვის, 3) ყოველი საკრედიტო ინსტრუმენტის ღია პოზიციის რისკი ცნობილია, 4) კლიენტის დიფოლტი და დანაკარგი მოცემულ დიფოლტზე (LGD) დამოუკიდებელი ცვლადებია, 5) ცვლადი დამოუკიდებელია კლიენტების მიხედვით.

საკრედიტო რისკის რეიტინგის შიდა სისტემა

რეიტინგის სისტემა ზომავს საკრედიტო რისკს, აკეთებს ინდივიდუალური კრედიტებისა და კრედიტების ჯგუფების დიფერენცირებას ადებული რისკის დონის მიხედვით. შიდა რეიტინგის სისტემა ბანკის მენეჯმენტს საშუალებას აძლევს ოპერატიულ რეჟიმში უყუროს რისკის დონის ცვლილებას, დროულად შეაფასოს და გამოავლინოს ტენდენციები. საკრედიტო რისკის რეიტინგი ბანკს ესმარება ხარისხიანად და დროულად შესრულოს შემდეგი ფუნქციები: 1) სესხის დამტკიცება და გაცემა, 2) სესხის ფასდადება, 3) სესხის რეზერვების შექმნა, 4) საკრედიტო რისკის ადეკვატური კაპიტალით დაფარვა, 5) საკრედიტო პორტფელის მართვა.

⁷ Basle Committee on Banking Supervision, (1999), Credit Risk Modeling: Current Practices and Applications, Basle, from <http://www.bis.org>.

ბანკი აკეთებს რეიტინგის კონკრეტულ დეფინიციას, ქმნის პროცესებს და კრიტერიუმებს⁸, რომელთა გამოყენებითაც ყოველ კონკრეტული საკრედიტო რისკის პოზიციის ენიჭება შესაბამის რეიტინგის კლასი. რეიტინგის კლასი საკმარისად დიფერენცირებული უნდა იყოს იმისთვის, რომ ყოველი სესხი იყოს მიკუთვნებადი მისი რისკის შესაბამისი რეიტინგის კლასის დონესთან. ჭარბი კონცენტრაციის თავიდან ასაცილებლად, მინიმუმ შვიდი რეიტინგის ხარისხი უნდა გამოეყოს მოქმედ სესხებს და ერთი უიმედო სესხებს⁹.

საცალო სესხები იყოფა კალათებად და კლასიფიცირდება აღებული რისკის შესაბამის რეიტინგის კლასად. ყოველი კალათისთვის განისაზღვრება საკრედიტო დანაკარგის მახასიათებლები (PD, LGD და EAD). ამგვარი სესხების სიმრავლიდან გამომდინარე, მცირე ზომის ბანკებშიც შესაძლებელია მოდელის მოცემული პარამეტრების საიმედო შეფასება.

საკრედიტო რეიტინგზე გავლენას ახდენს სამი ფაქტორი: ბიზნესის რისკი, ფინანსური რისკი და მაკროეკონომიკური მდგომარეობა. ბიზნეს რისკის შეფასებაში გამოვიყენებთ სამ ცვლადს: 1) ფირმის ზომა, 2) კაპიტალის სისტემური რისკი – ბეტა კომპონენტი და 3) კაპიტალის არასისტემური რისკი – არა-ბეტა კომპონენტი.

ფირმის ზომა შეიძლება შეფასდეს ფირმის კაპიტალის საბაზრო ღირებულებით ან მთლიანი აქტივების რეალური ღირებულებით. მეორე ცვლადი კაპიტალის ბაზრის მოდელით ფასდება, მესამე კი – საბაზრო მოდელთან დაკავშირებული სტანდარტული შეცდომა. საბაზრო რისკთან უარყოფითად არის კორელირებული ფირმის ზომა, ხოლო დადებითად მეორე და მესამე ცვლადი. განვითარებული საბაზრო ეკონომიკის ქვეყნებში, სადაც კაპიტალის ბაზარი კარგად არის განვითარებული, β კოეფიციენტები ხელმისაწვდომია. მაგრამ, იქ, სადაც ეს ასე არ არის, უნდა გამოვიყენოთ სხვა ცვლადები. მაგალითად, გაყიდვების ოდენობა, ნედლეულის ფასი, კონკურენცია, საბაზრო წილი, და სხვა.

ფინანსური რისკის ანალიზი ეფუძნება ძირითად ფინანსურ კოეფიციენტებს. ამ მიზნით, სარეიტინგო კომპანიები იყენებენ სხვადასხვა და სხვადასხვა რაოდენობის ფინანსურ კოეფიციენტებს. მაგალითად, S&P იყენებს 8 ძირითად ფინანსურ კოეფიციენტს, BLM – ოთხს. ამ ოთხიდან პირველი არის საპროცენტო ხარჯის გადაფარვის კოეფიციენტი; მეორე – ოპერაციული შემოსავლები გაყიდვებთან; მესამე – გრძელვადიანი სესხები აქტივებთან; მეოთხე – მთლიანი ვალდებულებები აქტივებთან. პირველი ორი პოზიტიურად იქნება კორელირებული რეიტინგთან, ხოლო ბოლო ორი – ნეგატიურად. ეკონომიკური ციკლების გავლენა რომ გამოირიცხოს, მიზანშეწონილი იქნება მოცემული კოეფიციენტების რამდენიმე წლიანი საშუალოს გამოყენება. რეიტინგის სსენებული სააგენტოები იყენებენ სამწლიან საშუალოს.

სარეიტინგო სააგენტოები იყენებენ განსხვავებული რაოდენობის რეიტინგის ხარისხებს: Moody's განასხვავებს 9 ხარისხის რეიტინგს (www.moody.com), Standard & Poor's – 10 ხარისხს (www.standardandpoors.com), Fitch – 12 ხარისხს (fitchratings.com). ბანკმა უნდა განსაზღვროს და გამოიყენოს იმდენი ხარისხის რეიტინგი რომ იყოს შესაბამისობა არსებულ და მოსალოდნელ რისკის დონეებთან. რეიტინგების მცირე დიფერენციაცია გამოიწვევს განსხვავებული რისკის სესხების კონცენტრაციას რეიტინგის ხარისხის ერთ

⁸ Guidelines on Internal Credit Risk Rating Systems, 2007, from <http://www.sbp.org.pk/bsrvd/2007/Annex-CB.pdf>.

⁹ Basle Committee on Banking Supervision, (2004), International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards, Basle, from <http://www.bis.org>

დონეზე, რაც შეამცირებს საკრედიტო დანაკარგის პარამეტრების შეფასების საიმედოობას. მეორეს მხრივ, რეიტინგების ჭარბი დიფერენციაცია გაართულებს მიკუთვნების ცხადი კრიტერიუმების ჩამოყალიბებას და ადგილი ექნება სხვადასხვა რეიტინგის მიკუთვნებას ტოლი რისკის მსესხებლებისთვის. რეიტინგების დეფინიციის სიცხადე და დეტალურობა საჭიროა იმისთვისაც, რომ მესამე მხარისთვის (შიდა აუდიტი, ზედამხედველობა და სხვები) იყოს გასაგები კონკრეტული რეიტინგის მინიჭება. რეიტინგის მიკუთვნების კრიტერიუმები ვერ იქნება დამოუკიდებელი ბანკის შიდა საკრედიტო სტანდარტებისა და პოლიტიკებისაგან.

როდესაც ბანკი აკეთებს მსესხებლისთვის და საკრედიტო ინსტრუმენტისთვის რეიტინგის მინიჭებას, ის იყენებს მის ხელთ არსებულ ყველა არსობრივ ინფორმაციას. ინფორმაციის არასაკმარისობის შემთხვევაში, რაც ხშირად ხდება, ბანკმა უნდა გამოიყენოს კონსერვატიული მიდგომა რეიტინგების მიკუთვნებისას. თუ არსებობს გარე რეიტინგები და ბანკი დარწმუნებულია მათ საიმედოობაში, ბანკს შეუძლია მათი გამოყენება შიდა რეიტინგების მიკუთვნებაში, მხოლოდ საჭირო იქნება საკუთარი რეიტინგების სააგენტოს რეიტინგებთან ექვივალენტურობის შემოწმება.

მთავარია, რომ მსესხებლის რეიტინგის კლასის გადახედვა მოხდეს მისი მომავალი საქმიანობის მოსალოდნელი შედეგების გათვალისწინებით და არა მხოლოდ მისი საკრედიტო ისტორიაზე დაყრდნობით. რეიტინგი უნდა იყოს რისკის საზომი, რომელიც არანაკლებ ერთი წლის მანძილზე აფასებს ალბათობას იმისა, რომ მსესხებელი უპასუხებს წინასწარ დადგენილი პირობების შესაბამისად ვალდებულებებს. ზოგადად, მსესხებლის სამომავლო საქმიანობის შედეგები ეფუძნება ფინანსურ სიძლიერეს, რომელიც ასახავს ფაქტიურ და საპროგნოზო ფინანსურ ანგარიშებს (ბალანსი, მოგება-ზარალი). ვალდებულებების შესრულება ხდება ფულით, ამიტომ მსესხებლის კრედიტუნარიანობა ფოკუსირდება თავისუფალი ფულის წყაროებზე და მათი სტაბილურობის შეფასებაზე.

საკრედიტო რეიტინგი არ არის ფიქსირებული სტრუქტურა. ის ხასიათდება გარკვეული ცვალებადობით, რაც გამოიხატება მსესხებლების კლასიდან კლასში მიგრაციით. ამიტომ აუცილებელია რეიტინგების მიგრაციის მატრიცის შექმნა და პერიოდული განახლება. ამ მატრიცის ზოგადი სტრუქტურა ასე შეიძლება ჩამოვყალიბოთ.

	AAA	AA	A	BBB	BB	B	CCC	D (Default)
AAA	mp _{1,1}	mp _{1,2}	mp _{1,3}	mp _{1,4}	mp _{1,5}	m _{1,6}	mp _{1,7}	DP ₁
AA	mp _{2,1}	mp _{2,2}	mp _{2,3}	mp _{2,4}	mp _{2,5}	mp _{2,6}	mp _{2,7}	DP ₂
A	mp _{3,1}	mp _{3,2}	mp _{3,3}	mp _{3,4}	mp _{3,5}	mp _{3,6}	mp _{3,7}	DP ₃
BBB	mp _{4,1}	mp _{4,2}	mp _{4,3}	mp _{4,4}	mp _{4,5}	mp _{4,6}	mp _{4,7}	DP ₄
BB	mp _{5,1}	mp _{5,2}	mp _{5,3}	mp _{5,4}	mp _{5,5}	mp _{5,6}	mp _{5,7}	DP ₅
B	mp _{6,1}	mp _{6,2}	mp _{6,3}	mp _{6,4}	mp _{6,5}	mp _{6,6}	mp _{6,7}	DP ₆
CCC	mp _{7,1}	mp _{7,2}	mp _{7,3}	mp _{7,4}	mp _{7,5}	mp _{7,6}	mp _{7,7}	DP ₆

მატრიცის ყოველი არადიაგონალური ელემენტი (mp_{i,j}) უჩვენებს ერთი კლასის რეიტინგის სესხის გადასვლას სხვა რეიტინგის კლასში. დიაგონალური ელემენტი (mp_{i,i}) კი უჩვენებს სესხის იმავე კლასში დარჩენის ალბათობას. ბოლო სვეტი უჩვენებს ყოველი კლასის სესხის დიფოლტის ალბათობებს.

ასეთი მატრიცი უნდა შეიქმნას ყოველი საკრედიტო პროდუქტისთვის. მისი შექმნა მოითხოვს დიდი რაოდენობის სესხების კლასიფიცირებას და მოი-

ცავს მინიმუმ ხუთწლიან პერიოდს¹⁰. Basel II – მა¹¹ მსხვილ საერთაშორისო ბანკებს ძლიერი სტიმული მისცა დაენერგათ საკრედიტო რისკის მოდელი და საკრედიტო რეიტინგების შიდა სისტემა. მათ საშუალოდ ხუთი წელი მოანდომეს ამ სისტემის დანერგვას და ამ პროცესის ფარგლებში მოუწიათ ბანკის რისკმენეჯმენტის, კონტროლის და მენეჯერული ინფორმაციული სისტემების რესტრუქტურირება და განვითარება ახალი ამოცანების მოთხოვნების შესაბამისად.

და ბოლოს, უნდა აღვნიშნოთ, რომ ასეთ რთული სისტემის შექმნა- დანერგვით საქმე არ მთავრდება, შემდეგ დგება მისი სიცოცხლისუნარიანობის შენარჩუნების ამოცანა, რომელიც საკმარისად რთულია და მოითხოვს რესურსულ და ორგანიზაციულ მხარდაჭერას. მოცემული მოდელის შედეგები აქტუალური რომ იყოს, აუცილებელია ბანკს ჰქონდეს მასზე მონიტორინგის და შედეგების შეფასების ადეკვატური სისტემა, რომელიც დროზე გამოავლენს ახალ ტენდეციებს, ხარვეზებს, შეიმუშავებს გაუმჯობესების რეკომენდაციებს და მონიტორინგს გაუწევს მათ დანერგვას. აუცილებელია მუდმივად კეთდებოდეს ტესტირება შიდა რეიტინგების სისტემის, რომელიც რისკს აფასებს დიფოლტის ალბათობით და მოსალოდნელი ზარალით. ტესტირება ეფუძნება ისტორიულ მონაცემებს და ის უზენაეს მოდელით მიღებული შედეგები თუ ეთანხმება ფაქტიურს.

Lemonjava Givi

Academic Doctor of Economics

MODELING OF BANK CREDIT RISK

Summary

The article discusses issues related to the bank's credit risk modeling. In this context, analyzes the structure and components of credit risk measurement methods. Credit risk measured as a loss, Wich is a function of the several variables. The main function of the variables considered in the credit damage /default the risc of a number of open positions. After removal ratio of the credit risc damage and default expecting probability.

These variables are considered random quantities, they are one of the indicators and evaluation methods to integrate. The paper also discusses the formation of the objectives of the bank's internal credit ratings and the credit risk in use of a single model.

¹⁰ Greg M Gupton, Christopher C Finger & Mickey Bhatia, Credit Metrics – Technical Document, Morgan Guaranty Trust Co., New York, April 1997.

¹¹ Basle Committee on Banking Supervision, (2004), International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards, Basle, from <http://www.bis.org>.

Romanec Olena

Ph.D. candidate,

Academy of Municipal Management (Ukraine)

GLOBAL PRACTICE OF REGULATION AND MAINTENANCE OF THE FOOD SECURITY AND POSSIBILITIES OF ITS APPLICATION IN UKRAINE

Study the global regulation of the practice and maintain food security. Grounded methodology for estimation of the resistance mechanisms to ensure physical access to food supply to population.

Keywords: *public policy, mechanism, evaluation of stability, food security food security regulation.*

Романец Е.А. Мировая практика регулирования и поддержания продовольственной безопасности и возможности ее использования в Украине

Исследованы мировую практику регулирования и поддержания продовольственной безопасности. Обосновано методологию оценки устойчивости механизмов обеспечения физической доступности продовольственного обеспечения населения.

Ключевые слова: *государственная политика, механизм, оценка устойчивости, продовольственная безопасность продовольственного обеспечения, регулирования.*

Introduction

The food supply in Ukraine in the context of the general problem of economic security is a very important question today, because the conceptual areas of food policy under the new conditions of formation of market relations are based on it. In the conditions of a radical reform of the economic mechanism and reforms initiated in the political and social spheres as the priority areas in Ukraine, which define the problem of national economic security, the consistent economic reforms with the aim to achieve economic growth and high food supply exist.

Analysis of recent research

On the relevance of public policy problems in the sphere of food supply indicate numerous theoretical studies and synthesis of both domestic and foreign scientists, including works of: A. I. Altukhova, V. J. Ambrosova, Y. D. Bilyk, V. I. Boiko, O. I. Datsiy, S. M. Kvasha, M. H. Koretsky, A. S. Lisetsky, I. I. Lukinova, P. M. Makarenko, V. Maslakova, L. Y. Miller, V. M. Oleynik, B. I. Paskhaver, E. E. Romyantsev, P. T. Sabluk, I. N. Topiha, V. A. Tochylina, M. I. Khorunzhiy, Y. S. Khromov, G. V. Cherevko, A. M. Shpychak, V. Yurchyshyn; scientific works of scientists dealing with the food security – I. Y. Bogdanov, V. Geysa, B. V. Gubsky, Y. A. Zhalilo, V. I. Muntian, S. Pyrozhkov, V. Senchahova, V. T. Shlemka and other scientists, economists, and some of my own accumulated experience with the questions of research.

Statement of research objectives

- to explore the international practices and regulations in the field of maintaining food security;

- to justify the methodology for estimation of the resistance mechanisms of ensuring physical availability of food supply to the population.

Results

The value of the food independence of the country in the development of market economy is being strengthened by the country's dependence on imported food, which leads to such negative macroeconomic consequences, as a reduction in foreign exchange reserves, external debt growth, the export of scarce resources, meaning the problem of providing food to

the population and prices for agricultural products. And all this are not only the problems of territories - economic and political, but also problems of national security.

The problems of food supply policy came to the attention of representatives of the national science in the sphere of public administration recently. The factor of the permanent and increased attention to these problems is the transformation crisis of the Ukrainian economy, which covered all areas and has become a significant obstacle to sustainable development of economy and society. Therefore, the issue of development, forecasting and predictable regulation of food independence and security of Ukraine can be considered as one of the most important priorities, which requires an increased attention of scientists to the study of the whole complex of issues related to food security, particularly on improving the methodology of assessment of stability of food supply to the population [3, p. 172]

The world practice in regulation and maintenance of food security has made quite clear measuring instruments, namely:

-As to the imports of food there exists a certain critical limit at the margin of 25%: exceeding its causes the collapse of domestic production, the gradual transformation of the country into the import-dependant one, the rising of the food import bills by reducing other important social costs and as a result - the loss of food independence - one of the most important components of economic and political security. This critical limit is relevant for Ukraine. The import of certain production of food industry increased from 30 to 40% of their consumption. The import of meat increased in 2009 in 3,8 times, milk and eggs - in 1,9 times;

- The second criteria is an adequacy of the diet ratio, meaning the actually consumed food compared with the scientifically based standard. The critical feature of this indicator is 50% - half of a rational science-based standards, failing which reflects the increasing malnutrition and direct threat of an approaching famine as well as the destabilizing of physiological, demographic and social processes;

- The third indicator, which is a modification of the first one to some extent, is considered to be the limit of saturation energy diet.

From the measuring instruments implies that the policy of food security can be characterized on the basis of certain indicators, on the base of which should be put the following criteria: the level of self-sufficiency, the availability of food, the adequacy of diet.

It is believed that the country is in a state of food security if it is able to provide enough food for all citizens under normal conditions and the minimum necessary - under the extraordinary circumstances. That means that the food security can be defined as the state of security of population from malnutrition, and even hunger, and the presence in the state of all necessary features in order to prevent it [5].

Based on these criteria of evaluation of food supply, we believe that the first stage of the analysis of resistance mechanisms of ensuring the physical availability of food supply to the population of Ukraine should become the establishment of the reasons that have a negative impact on food security of the country. The establishment of the reasons enables to not only analyze the impact of various factors, but also to build forecasts for the future sustainability of food supply, or vice versa.

The second step should be an analysis of possible unforeseen factors. In particular, the stability of food supply can be affected by emergency factors. The peak of abnormally negative impact on the parameters of the system is the natural disaster. Under the disaster one should understand an abrupt change that occurs as a sudden response from a side of the system to a smooth change in external conditions. All disasters are known to be a subject of three laws: the spatial relevance, the repeatability (and the more the power of destruction is, the less likely it is to occur again), the dependence on the scale of destruction.

During the analysis of disasters one should consider the following factors: the probability of disaster, the likelihood for the appearance of the destructive processes, different external conditions, the effects of the disaster.

During the third phase one should analyze the sources of food supply. In this regard it is proposed to conduct the research on three sources of food, which are: domestic food production, contributions from the neighboring countries and revenues from abroad.

It should be noted that the presence of many sources of food supply provides insurance from various negative cases and at the same time does not allow food-exporting countries to use it as an instrument of political pressure [5].

In the next stage of analysis we should move to the analysis of real quantitative expression stability of food supply to the population, meaning the setting of certain limits for each type of resistance mechanisms of food supply. Thus, the fourth stage of the analysis should be the assessment of food supply and installation of its type of resistance mechanisms.

The fifth stage is the analysis of the mechanisms of food and weather resistance on the formation of food supply.

To the indicators of the development of food industry, in our opinion, should be included the following: the index of physical volume of manufactured products, the volume of manufactured goods, the capital, the personnel's strength, the profitability, the level of income (loss).

We offer to undertake the comparative characteristics on the basis of the analysis of the import of food, the cost of a set of basic foodstuffs, the value of living for one person and his/her average income per month.

So, using the proposed model of the methodology for the assessment of stability of the mechanisms of food supply, we should evaluate the state of food supply to the population in Ukraine. [5, p. 118].

First of all we should concentrate our attention on the analysis of the reasons that lead to a decrease in resistance mechanisms of food supply to the population.

Recently, Ukraine is experiencing a tendency to declining levels of food supply to the population and the daily consumption of food by the population in Ukraine is on the verge of a critical level and the worst in Europe [6]. In terms of food consumption the country moved from 7th place in 1990 to the 71st among all countries. The current state of food supply is characterized by mostly negative trend of performance indicators.

The owners of households independently determine which products are there to be grown or produced, in what amounts and on which channels they should be to realized, which doesn't make it impossible to carry out calculations in connection with the forecasting the level of the country's food supply for the future. Moreover, as each producer, the owner raises exactly the product, which is the most profitable for him, which may result the rise of a surplus of some types of agricultural products and at the same time the lack of others, meaning that in this situation the state is practically not able to regulate the volume of production, in other words at this stage there are virtually no effective mechanisms of regulation of food production in Ukraine [1].

In order to achieve the stability of food supply the state must take a number of measures in connection with the interest of farms in increasing the production volumes of certain products and also the protection of them from the monopoly, which was formed among the major consumers of agricultural products - processing enterprises.

It should be emphasized that the problems of food security are closely related to the environmental safety issues. Agricultural production is one of the major causes of environmental degradation in Ukraine and in the world (falling soil fertility, pollution of water bodies etc.). On the other hand, degradation of natural resources has become a serious limitation of livestock and crop production. In the environmental situation that has developed in recent years in the agro industrial complex of Ukraine, there was no positive change.

As the result of price increase the volume of work to preserve and improve soil productivity annually reduced. The construction of erosion waterworks is almost suspended. The scope of works on creation of protective forest plantations declined in 4 times compared to

1990. There is a progressive degradation of soils. The annual soil loss of agricultural land is 1.5 million tons of fertile soil, an increase of areas affected by erosion reaches 1.5 thousand hectares, and the area of 80-100 hectares of ravines increase. The loss from erosion is estimated at 20-30 millions of hryvnas annually (in the prices of 1990), which is about 10% of the income earned in agriculture. If this trend continues through next 20-25 years Ukraine can lose an average of 5-10 cm of humus horizon. Therefore, soil erosion is a serious threat to food security.

There remains the urgent problem of the pollution of agricultural land and groundwater with heavy metals, fluoride and other dangerous toxins as a result of industrial emissions. This is one of the reasons for the low productivity of agricultural land. Thus, the yield of grain and leguminous crops in Ukraine is 3-4 times lower than in Western Europe, almost 2 times lower than in Canada, and 4 times lower than in the U.S.

Another reason for the threat to the country's food supply should be considered an insufficient use. There remains the urgent problem of pollution and agricultural land and groundwater with heavy metals, fluoride and other dangerous toxins as a result of industrial emissions. This is one of the reasons for low productivity of agricultural land. Thus, the yield of grain and leguminous crops in Ukraine is 3-4 times lower than in Western Europe, almost 2 times lower than in Canada, and 4 times lower than in the U.S.

Another reason for the threat the country's food supply should be considered an insufficient use of significant natural potential of agricultural sector and the consequent low efficiency of use of agricultural land and natural resources, the high loss of products.

In agriculture and processing industry mostly outdated technology is being used. Until now, the labor productivity, the capital productivity, the energy and materials consumption of the final product, the efficiency of investment, the rate of return, as well as indicators of competitiveness have not gained the priority in the implementation of government policies on agricultural sector of national economy [2, p. 141].

In Ukraine the cost of labor per \$ 100 of gross cost in the years 1990-2009 decreased from 83 to 52 man-hours and urechevna increased from 35 to 50 man-hours, meaning that the intensity in the decrease of total labor costs was low and it was within 1 - 1.5 man-hours per year.

In the current period this figure is on-trend for some growth, but the expected increase in labor productivity is not observed for the following main reasons:

- Firstly, because of insufficient consistency of machines in the complexes and the reduction of the maintenance and technological reliability of most cars by 20-30%, and in extreme conditions - at 30-45% or more;

- Secondly, the technical reliability of machines does not meet the standards (0,95-0,98), which is reduced by 10-20% each year and more in subsequent years of operation. Troubleshooting and repair techniques divert considerable manpower and funds for their implementation;

- Thirdly, significantly affects the low versatility and incompleteness of many machinery complexes of domestic production. For example, the existence of many types of drills cannot be justified in the system of machines and agricultural enterprises, while it is possible to cut them down to 2-3 types (grain-herbal, beet-Maize-vegetable).

It should be noted that the pricing mechanisms of hardware and agricultural products are not regulated, and the ratio between the prices of industrial and agricultural products do not meet the requirements or internal reproductive process or international standards. Also the cause for the reduction of food supply is that the productive potential of agricultural production in Ukraine has sharply fallen down. The specificity of agriculture (its seasonal character, the overwhelming need for funds and material resources for the preparatory and initial stages of production, the long operating cycle, the significant dependence on climatic conditions, etc.)

and open agricultural markets for food imports in the context of globalization of trade lead to the need of protectionism from the side of public policy.

The main negative feature is that there is no legislative provision for contractual relations between agricultural producers and the state, which should guarantee its sale at prices that reflect the socially necessary costs of production. They must be constant for a certain period (3-4 years), meaning within the development of basic technical tools and resources - components of the cost of production [4, p. 51].

An agricultural production is insolvent for seventeen years already because the prices for industrial products are 6.35 times higher than the relative prices for agricultural goods itself, which negatively affected the value of exploitation expenses and production costs, and this led to the loss of demand to technics from a side of agricultural companies. Because of this, the volume of acquisition of new vehicles fell in a dozens of times, and in regards to some machines - stopped completely.

The analysis of the performance of fixed assets in crop production has shown that the dominant value in its costs has the hardware, and therefore the effective use of it is leverage for cutting costs, time and money.

Conclusions

Thus, the accumulation of negative economic results, the absence of an effective mechanism for ensuring the logistics of agricultural producers, the large power consumption of production cannot stabilize the financial situation in the agricultural sector. Over the past decade in terms of production of most major types of agricultural products the country was turned by 15-20 years into the past. The expansion of import of foreign products to Ukraine which were traditionally produced in our state and the lack of competitiveness of domestic producers brings in the threat of a food-supply security.

References

1. Андрійчук В.Г. Оцінка макро- і мікропараметрів економіки в контексті продовольчої безпеки України // Економіка АПК. – 2009. – № 5. – С. 61-65.
2. Білик Ю.Д. Продовольча безпека України: стан та перспективи використання потенційних резервів // Нова економічна парадигма формування стратегії національної продовольчої безпеки України у XXI столітті. – К.: ІАЕ УААН, 2008. – С. 139-148.
3. Березін О.В. Шляхи забезпечення інвестиційної привабливості суб'єктів продовольчого ринку // Економіка: проблеми теорії та практики. Збірник наукових праць. Випуск 171. – Дніпропетровськ: Дніпропетровський національний університет, 2009. – С.171-177.
4. Білокур М.Д., Шевченко О.О. Структури в організаціях аграрного сектору економіки України : Монографія / М.Д. Білокур, О.О. Шевченко. – Д.: АРТ-ПРЕС, 2008. – 176 с.
5. Шевченко О.О. Прогнозування продовольчої безпеки в аграрній політиці держави // Науковий вісник Академії муніципального управління: Серія «Управління» Вип.4(6). Державне управління та місцеве самоврядування / За заг. ред. В.К. Присяжнюк, В.Д. Бакуменка. – К.: Видавничо-поліграфічний центр Академії муніципального управління. – 2011. – С. 117-122.
6. Shapouri, Shahla. Implication of Trade Liberalization and the Role of International Safety Nets. – USDA/ERS. – 2002. – 27 p.

Sychenko Oksana
PhD in Economics, Associate Professor
Dnepropetrovsk State Agrarian University (Ukraine)

FORMATION OF SOCIAL STRUCTURE OF SOCIETY IN THE COUNTRIES WITH DEVELOPED MARKET ECONOMY AND IN UKRAINE

Annotation

Institutional environment in the area of social protection is formed. Modern problems of social protection of population in Ukraine are defined. The formation of new institutions and institutional environment in the context of the major problems of social protection of population is grounded.

Keywords: *state regulation, institutional level, mechanisms, living wage, reform, social protection of population.*

Сыченко О.А. *Формирование социальной структуры общества в странах с развитой рыночной экономикой и в Украине*

Аннотация

Сформирована институциональная среда в сфере социальной защиты. Определены современные проблемы социальной защиты населения в Украине. Обосновано формирование новых институтов и институциональной среды в контексте основных проблем социальной защиты населения.

Ключевые слова: *государственное регулирование, институциональный уровень, механизмы, прожиточный минимум, реформирование, социальная защита населения.*

Introduction

Nowadays the complex of problems of social protection of population in Ukraine is considered through the prism of society, the state of market relations, when the new realities of civil and economic life replace the old ones and the ones that are exhausted. The peculiarity of this period is lagging in the development of regulatory standards and legal regulation of the everyday needs of society. This lagging is the most vulnerable in comparison with social standards (norms) of the European countries. In particular, according to the standards of the European Social Charter, the minimum wage should be a minimum of 2.5 living wages. So far Ukraine is unable to achieve this ratio.

That is why the legal system does not always demonstrate readiness to rapid implementation and effective regulation of new processes, including in the field of social protection of population. Under conditions of absence of adequate legal regulation of the practice of reform, reforms even in the best case are carried out slowly, formally, and inconsistently. Hence, relevant social, economic, and psychological consequences of reform arise; the complex of issues associated with providing legal and social protection of population in the conditions of transformations that are undertaken, about what it was dealt in previous sections. It is not surprising that tasks of effective development of economic sectors and social sphere are not always consistent with the problems of social harmony, adaptation of the population, especially its vulnerable strata, with rapid changes in life, with ensuring the guarantees of people incapable to work (pensioners, disabled, large families, etc.).

Analysis of recent research

Special attention to studying the mechanisms of activation of social policy at the state level provide such well-known scientists, as A. I. Amosha, N. P. Boretska, S. Y. Vovkanych, T. A. Zayets, A. S. Krupnik, V. O. Mandybura, V. M. Novykov, O. F. Novikova, U. Y. Sadova and L. K. Semiv, P. I. Shevchuk. Some aspects of the problem from the standpoint of public administration were examined by A. O. Degtyar, D. V. Karamyshev, V. V. Nikitin, H. S. Odintsov and others.

Statement of research objectives

- to form institutional environment in the sphere of social protection;
- to identify current problems of social protection of population in Ukraine;
- to justify the formation of new institutions and institutional environment in the context of the major problems of social protection of population.

Results

In the context of the main problems of social protection of population at various institutional levels, not enough attention is paid to the practical implementation of theoretical developments of "compensatory" protection mechanisms for society that would help its citizens to adapt to specific conditions of formation of new institutions and institutional environment.

The recognition of Ukraine as a country with market economy imposes certain obligations on it. First of all they relate to problems associated with the rethinking of the new state economic policy, which should provide the maximum mobilization of all resources of the country, promote economic initiative and independent action of the population especially in the form of small and medium business, strengthen the social orientation in the development of enterprises, regions and the economy as a whole. This long-term socially oriented policy should be aimed at reducing the real level of unemployment, strengthening economic activity and mobility of the population, increasing its income, living standards, that is improving social protection of population. The convergence of living standards of population to average European standards of its quality, indicators of human development is expected on the basis of socially oriented economy of the modern type [4, p. 38].

Economic support to effectively working national commodity producer on both domestic and foreign markets remains the actual problem. Its solution lies in optimizing the tax burden, expanding support of export activities within the international legal framework, using potential of international organization and economic integration.

In state regulation of market economy economic mechanisms and levers of influence and control with differentiated approach to state and non-state (private) sectors of the economy, spheres of distribution and redistribution, circulation and consumption acquire great importance

Along with the reform of the wage system, the concept of which is supported by the state, it is necessary to achieve the reduction of economic inequality by introducing a flexible tax policy, rational social transfers, promotion of small and medium business, protection of minority shareholders' rights.

Optimization of tax rates, reduction of the types of taxes and collections while simultaneously expanding the tax base and ordering the established benefits of income tax on citizens for all groups of taxpayers contribute to the expansion of production, reduction of burden on the state financial system in the part of state payments to the population for social programs, which should be targeted. Therefore, it is important to strengthen the revenue base of budgets of all levels, which should lead to understanding, rethinking and as soon as possible adopting the Tax Code of Ukraine. It, according to experts, will allow to increase incomes of the population, stabilize the domestic tax law and adapt it to the European legal framework [3, p. 57].

The primary problem in the context of social protection of population is the enforcement of full-scale reform of pension system. It should be carried out on three levels: solidarity system of pension payments (first level), system of cumulative individual pension accounts within the mandatory state pension insurance (second pillar) and the system of private pension insurance, which will provide additional pension payments through voluntary pension contributions of citizens (third level).

Modus operandi of the first and second levels of the pension system and the mechanism of transition to mandatory funded system are defined in the Law "On Compulsory State Pension Insurance" [1].

To improve the system, solve problems and tasks of social protection of disabled it is important to adopt the new version of the Law of Ukraine "On the basis of social protection of invalids in Ukraine" that creates a regulatory framework for social protection of disabled persons, forms an effective organization and its financial mechanism of its provision [2].

An important problem in the context of social protection of population is the development of humanitarian sphere, including education, science, health, culture, physical culture and sport, recreation and tourism.

This development of areas of human capital helps to ensure social well-being of person at all stages of his/her life; it becomes a solid foundation of his/her self-defense. For instance, more than 50 percent of new graduates "find a job themselves" in Russia. State employment system of young professionals no longer exists there. This situation contrasts sharply with the employment of young professionals in other countries, where there is a common practice of conclusion of contracts of students with some firms, which pick up for themselves the appropriate professionals. For example, in the U.S. more than 80 percent of graduates are employed throughout the year. In Japan this figure exceeds 90 percent. Thus, it is possible because the education system in these countries is focused on flexible diverse specialization [7, p. 79]. International experience shows that spending on education should not be less than 5 percent of the GDP; UNESCO experts identified the lowest possible share of expenditures of the state on education around 3.5 percent.

Collapse of the infrastructure of education will be inevitable in case of their noncompliance. Analyzing the obtained results, experts make the following conclusions:

- there is a "blurring" of professional field, professional culture, the destruction of educational and occupational structure of society as the basis of social structure;
- a question of supply and demand is not sufficiently closely studied by the educational institutions, the Ministry when forming personnel potential;
- there is a concern about the quality of professional education, level of specialization and socio-economic justification of the number of professionally trained personnel for certain sectors [9, p. 54].

It should be noted that in general the quantitative parameters of education in Ukraine look not bad among the countries in the world. However, in terms of financial support for this important sphere of socio-economic activity, Ukraine is not far ahead of the least developed countries.

Ensuring social cohesion in the country is directly related to solving by the state the most pressing problems of society - employment of the population and improvement of the level of its life. Employment should be a guarantee to ensure every worker his/her well-being according to the labor contribution of knowledge and skills.

Serious socio-economic problem, the resolution of which depends on the state of social protection of population, is the increase of unemployment level. It threatens the adverse social consequences. Analysis indicates that the population, which has been without work for a long time, increases presently. Extension of terms of unemployment is a very dangerous socio-economic process, which shows the trend of its transition to congestive form. Of course, it has a negative impact on the potential professional and qualification level of unemployed persons, because the allowable period of job search, when the loss of qualification, skills and habits to work has not started yet, is 3 months.

It is unfortunate that a significant contribution to the formation of unemployment in Ukraine provides a hidden form that is the unwillingness or the inability of a significant part of really unemployed people of working age to register in the employment services. The most important factor at the present stage of economic reform is the increase of the management efficiency of the employment of the population by improving the administrative, legal and socio-economic mechanisms. This is primarily the development of new and additions to

existing legislative acts on labor, determination of the competence of the public administration bodies at various levels in the implementation of employment policy.

This is the inclusion of new economic mechanisms aimed at creation of material conditions for the functioning of state guarantees in the sphere of employment such as targeted funding, preferential loans and provision of additional benefits to business entities, which ensure the expansion of production, creation of new jobs, the increase of employment of the population [6, p. 95].

Income of the population is one of the most important indicators featuring the level of economic and social status and security of society. Analysis of the legal framework on this issue confirms the fact that workers and their families are guaranteed the right to receive adequate minimum income as at present as well as in the future to satisfy the material needs, accessibility to quality education, health services and recreation, which ensures normal life opportunities and human development.

One of the major factors, which reduce income, is delayed wages. By the middle of 2011 debts on wages in the economy grew more than 10%. This tendency, unfortunately, was observed in all kinds of economic activity [5, p. 178].

The latter, in its turn, prevents rapprochement of Ukraine to the European countries in terms of equalizing wages, and not only to the countries with economies that are obviously much stronger than the Ukrainian one, but also to the new EU member states.

Presented facts give grounds for some people, especially socially and economically active, to seek a normal life for themselves and their children abroad. There are several million of such people for the period of independence of Ukraine. They reduce the share of officially registered unemployed people in the country and "beautify" the statistics of relevant government agencies. The silent neutrality is arrayed between them and the state: they do "not notice" each other. In this neutrality the disturbing phenomenon of weakening and negation of connection of a citizen with country up to the subjective rejection of such a connection is hidden.

Analysis of economic issues related to timely payment of wages suggests that wages, as before, are not earned, but are charged at face value. Thus, wages as a major component of labor incomes in Ukraine do not always perform their functions, because they remain very low; its inter-sectoral and inter-regional differentiation is too noticeable; differences between qualifications are excessive in sectors with high wages and are such that verge on leveling in the sectors with low wages [8, p. 41].

In turn, low levels of labor incomes and unjustified differentiation and controversial structure inevitably lead to a crisis of motivation of work, resulting in low labor activity, incomplete use of labor potential, reducing the role of labor and its full or partial exclusion from the list of basic life values of economically active people.

The release of a significant number of workers and employees exacerbates two problems. Firstly, it is their financial security, and secondly, it is the timely implementation of professional retraining of unemployed people.

Conclusions

Existing problems give grounds to state a lack of attention from the ministries and agencies on personnel training at all levels in accordance with existing and future needs of the market economy. The specified above is in a high level of controllability of these processes. There is almost no mechanism for ahead of training and retraining of workers, who are at risk of dismissal. This important leverage can significantly mitigate the problems of employment, reduce the level of unemployment.

The transition to a market economy brings to the first place a problem of forming a "middle class". According to the definition, the middle class is the main part of the social structure in the countries with developed market economies. In these countries small and medium-sized owners, farmers, managers, state officials, scientists, doctors, lawyers, highly

paid part of the engineering and technical personnel and workers, people of so-called liberal professions rank as the middle class.

References

1. Закон України “Про загальнообов’язкове державне пенсійне страхування” від 9 липня 2003 року № 1058 – IV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. - №51. – Ст. 107.
2. Закон України “Про основи соціальної захищеності інвалідів в Україні” // Відомості Верховної Ради України. – 1996. - № 52. – Ст. 301.
3. Арістотель. Політика / Пер. з давньогр. та передм. О.Кислюка. – К.: Основи, 2000. – 239 с.
4. Болотіна Н. Право людини на соціальне забезпечення в Україні: проблеми термінів і понять // Право України. – 2010. - № 4. – С.35 – 39.
5. Бондаренко Ю.М. Теоретичні аспекти соціальної політики держави та її захисні функції. // Теорія та практика державного управління. – Вип. 3(18).- Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ “Магістр”, 2012- С. 177-182.
6. Борецька Н.П. Соціальний захист населення на сучасному етапі: стан і проблеми. – Донецьк: Янтар, 2001. – 540 с.
7. Мармазов В.С., Піляев І.С. Рада Європи: політико-правовий механізм інтеграції. – К.: Юридична книга, 2000. – 470 с.
8. Соціальна безпека: теорія та українська практика: Монографія / І.Ф. Гнибіденко, А.М. Колот, О.Ф. Новикова та ін.; За ред. І.Ф. Гнибіденка, А.М. Колота, В.В. Рогового. – К.: КНЕУ, 2006. – 292 с.
9. Соціальна політика регіону: [Монографія] / В.В.Говоруха, В.Г.Бульба, С.О. Горбунова-Рубан та ін. – Х.: Вид-во ХарПІ НАДУ “Магістр”, 2009. – 272 с.

Velychko Lyudmyla

Ph.D. candidate,

Academy of Municipal Management (Ukraine)

DIRECTIONS OF STATE SOCIAL POLICY OF UKRAINE IN MODERN CONDITIONS

Annotation

Basic directions of a state social policy of Ukraine in modern terms are determined. The problem of forming of a new model of social policy of the state is explored as an optimum correlation between “distributing” responsibility for the fate of every individual between him/herself and the state.

Keywords: *mechanism, positive improvement, regulation of employment, social policy, social service.*

Величко Л.А. Направления государственной социальной политики Украины в современных условиях

Аннотация

Определены основные направления государственной социальной политики Украины в современных условиях. Исследована проблема формирования новой модели социальной политики государства как оптимальное соотношение между «распределением» ответственности за судьбу каждого индивидуума между государством и им самим.

Ключевые слова: *механизм, положительное совершенствование, регулирование занятости, социальная политика, социальная услуга.*

Introduction

At the present time there have been serious changes both in the content of social policy and also ways to expand the objects of its influence. Its influence is not limited to certain categories of population (working, disabled). As a direct object the living conditions of almost all demographic and social categories begin to serve. Social policy went beyond the correction of negative consequences of economic development. It focuses on prevention and positive development in the economic system. A significant place takes not only the redistribution of income, but also the implementation of new ways of providing social services to the public, regulation of employment, wages, etc. In other words, through the social policy a state seeks to influence the behavior of households as the sellers of labor, consumers, agents of savings, etc.

Analysis of resent research

In recent years the attention of leading scientists of Ukraine to the question of social protection has greatly increased. To this research are devoted the works of local scholars as D. P. Bogynya, N. B. Bolotina, I. K. Bondar, I. F. Hnybidenko, O. A. Hrishnova, S. M. Zlupko, S. V. Mochernyy, M. I. Carlin, V. I. Kutsenko, B. D.Lagutin, E. M. Libanova, O. K. Prokopyshak, P. T. Sabluk, U. Y. Sadow, L. K. Semiv, V. A. Skurativsky, L. T. Shevchuk, P. I. Shevchuk, S. I. Juriy, K. I. Yakub and many others who didn't just elucidated the problem, but introduced the directions of how to resolve those problems by implementing some economic and social mechanisms of improving the social welfare.

Statement of research objectives

- to determine the main directions of a state social policy of Ukraine in modern terms;
- to investigate the formation of a new model of social policy as the optimal ratio between the "distribution" of responsibility for the fate of each individual between himself/herself and the state.

Results

An analysis of conceptual approaches towards the formation of a social policy in Ukraine shows that currently the real model is increasingly "migrating" towards the state subsidiary. In this situation it is necessary to develop new conceptual priority of social policy in regards to both global trends and the features of the transitive stage in the development of a national economy.

In our opinion, the key issue of forming a new model of social policy is to find the optimal balance between "distribution" of responsibility for the fate of each individual between himself/herself and the state. In the transformation societies a model that foresees "a gradual decline in the paternalistic position of the state and increasing the responsibility of the population and economic entities for their decisions" is generally accepted. In Ukraine a totally unreasonable idea that the market is the perfect regulatory mechanism not only for the state economy, but also to some extent to the social sphere eventually prevailed.

Therefore, we see three mandatory components of social policy in the transition period as the justified ones:

- maintenance and enhancement of the role of institutions of social protection. By this we mean not the traditional understanding of social protection as a tool for distribution of various benefits and compensations, but more deep awareness of its objectives and thus the increase of the role of this social institution;

- concerted efforts in improvement of labor relations and labor market

- creation of social institutions that will participate in the formation of social policy, the implementation of its provisions and the control over its execution,

One of the most sensitive areas of social policy is the organization of the social security system. Very often the functioning of the system is fully identified with social policy.

Unfortunately the current system is extremely inefficient, and the model of social support which is being currently worked on is heated by a debate. However, while trying to work out the most adequate form of social support a number of factors are still not being considered.

First, the weakness of the socio-economic and political organizations that provides social self-protection of the population. Hence we get the dominance of the centralized bureaucratic and / or "charitable" forms of social protection. Only after nearly half a decade since the beginning of the reform an effort is being made with an aim to connect them into a single system that provides real guarantees for disabled, as well as the guarantees of the minimum wage.

Second, most of these forms, with nomenclature origin, in most cases tend to the corporate model of organization, which creates a tendency to form closed and bureaucratically organized forms of social protection. Equity of use, the general rules of functioning, democratic functioning of the system of social security are just an abstract slogan in this case, an unattainable goal, and not the actual mechanism. The system of social protection in this case "works" only for certain categories of workers, individual groups of workers, certain categories of citizens, for those who are close to a particular system.

Such a model of social protection inevitably gives rise to the gap between formal and substantial objectives. If a formal goal appears to support socially vulnerable people, to the number of real, meaningful tasks, accomplishing which a social protection systems is orientated on and which include, for example, a conservation of a power of a particular social layer, prevention of the escalation of tensions in society and the establishment of minimum social protection that guarantees stable economic development.

While analyzing the prospects of the new model of social protection one should, first of all, refuse to consider social welfare as an abstract and charitable activity designed to ensure the implementation of certain moral imperatives. In the economy moral imperatives can play an important role, but never decisive, with the exception of global social problems. Economic approach focuses primarily on considerations of efficiency, the most efficient use of resources

(with the human being to become the most important resource in the turn of the XXI century) with the aim to ensure the free development of personality.

In other words, in our opinion, the social security system should be built based on the challenges of the real socio - economic efficiency, rather than narrow considerations of efficiency of the market system. At the same time social protection every time appears to be an industrial relations system objectively deterministic on one hand, and correspondative to the requirements of the current state of world economy and the human community as a whole on the other.

A modern economy needs such a system of social protection that would allow using labor and innovation potential of every person, regardless of socioeconomic status and the socio-economic group belonging. That is exactly how the guarantee for the effective use of human potential and what is called "confidence in the future" can be achieved. If this guarantee is not provided, it becomes impossible or substantially difficult to use skilled labor that must have the ability for requalification, innovation, creativity. In other words, an efficient social security system is an economic imperative of the economy in the XXI century.

In the Soviet era, despite the inefficient use of vast material and human resources, a "momentum" of social security was created. He assured everyone with a guarantee of employment, obtaining education, normal (exceeding the standards in the developing countries) terms of medical care, recreation and a guarantee of the possibility of some retraining. We should not exaggerate these possibilities, but we can say that the level achieved in the late 1970s - early 1980s can also be regained in the terms of transformation of the economy but only under the circumstance that the management mechanisms of the economic relations will be more, not less effective than the ones that existed in a "socialist" past.

Under an effective social security should be understood a system of economic relations, which is providing each member of society with guarantees for a certain standard of living, required to the minimum for the development and use of his/her abilities (labor, business, personal) and also guarantees secured by the state to him/her in case of the loss (absence) of certain abilities (oldness, sickness, disability, childhood, etc.).

During this approach of defining the essence of social protection such components are guarantees:

- 1) a work for capable population (protection of employment);
- 2) a normal standard of living based on income gained from employment or guidance (including consumption of basic utilitarian goods, especially food products);
- 3) providing aids to disabled and other socially - fragile groups of population
- 4) the necessary minimum of providing housing, services in the sphere of culture and health, recreation and opportunities to get education required for the formation of the skilled labor.

The main problem, however, is not the transfer of the component of social protection, but the answer to the question on how the tasks of social protection can be decided. Currently social security is primarily a function of state bodies.

We believe that the effective implementation of the functions of social protection is possible only if the following conditions apply:

1. Changing approaches towards the management of social processes. Their basis must be reliable information being dynamically monitored on the topic of the needs of people in social care, services and available resources (financial, logistical, instrumental, institutional, and organizational). Such information at state and local levels should be kept in constantly developing automated data banks that contain comprehensive information about the age, sex, professional, social, domestic, financial and other information about people and about the structure and condition of the social sphere. These options should correspond to the criteria of social protection in accordance with legal documents that will determine the distribution of social problems, identify the most needful categories of the population and determine the need

for specific types and forms of assistance to specific groups, set priorities in solving social problems, establish accounting and control resources in order to develop strategic scenarios of a social complex, promptly correct the decisions which are taken; create targeted programs and social order that meet the needs of the population and public expectations.

2. Financing of social protection should enhance greater participation of the private equity funds, charitable foundations and social organizations. We think that the domestic business has fully realized the extent of its social responsibility. Charity in Ukraine has a long and deep tradition. Another thing is that no purposeful work concerning more active involvement of private and corporate funds for the implementation of social programs have been carried out. There is very limited number of state-controlled and public charities, and a number of organizations which seem to support charity are seriously discredited in their activities. As the researchers of the features of social investment in Ukrainian business note, fixed investment is extremely uneven and is based on currency decisions of the management companies. Thus, society loses its vast resources in order to implement targeted financial support of the domestic social programs.

Analyzing the features of the Ukrainian society during the transitive state of the economy another phenomenon should be noted - social marginalization of the vast majority of population. In this case we are not talking only about economic component of the problem, but also about how not to include hundreds of thousands and possibly even millions of our citizens into any social structure. In other words, one of the worst consequences of the conducted in the 1990's political and economic reform became not just a violation, and often direct destruction of a large number of social networks that combined citizens. But at the same time, a set of social ties and relations, including the accumulated mutual obligations, is the social capital of any society.

It is well known that the most success achieve those communities in which social capital as norms of reciprocity and structures of civil involvement is inherited (R. Burke has argued that the civil society lays the foundation of a civilized trade, not vice versa). Extreme weakness of the solidarity values in Ukraine led to the simultaneous blocking of the civilian trends in society, the authoritarian involution of the state and to a large extent to the expansion of traditional relationships within society.

Modern Ukrainian social environment is vastly marginalized, atomized. Only a minority of the population is joined in the ruling elite layer, the middle class and organized trade unions of workers. In this situation the formation of collective means of survival and social support, which are preventing from social degradation and help to accumulate social capital which then will be used to the form a civil relationship, is required.

These social networks need to be aligned at the bottom and even if they are not very durable still they allow including the vast majority of the population, which is marginalized, into the society. This exact "inclusiveness" characteristic is the most important in terms of formation of civil relations, because the presence and density of social networks, which prevents the mass descending of mobility or social degradation is more significant than the presence of potential, which provides customized mobility.

Conclusions

Thus, the experience of quite effective NGOs in Ukraine exists. It is important to give it more publicit in order to encourage this process, because the creation of civil society is not possible by simple "instructions from above" or even increased funding.

In our opinion, in this case one should more actively use the experience of the countries which are solving the problems of their employment in the most successful way. In particular, one of the most characteristic features of a social policy since the mid 90-ies in the West was moving accents in the policy of social solidarity from passive to active moments. If before it was limited primarily to the income support of wider groups in society by user through income redistribution, since 1994 a great meaning on the labor market gained the focus

on maximalizaion of economic effect from the ensuring the measures of employment. At the forefront came such active programs as grants to entrepreneurs who claimed to be ought to maintain a certain level of employment and financial assistance to the unemployed and those wishing to open their own business and others. In contrast to that, passive programs and the measures that included social protection of unemployed were significantly reduced.

References

1. Бандур С.І. Забезпечення зайнятості населення в контексті сучасної інноваційної політики держави / С.І. Бандур // Продуктивні сили України. – 2009. – №1. – С.62–71.
2. Біляцький С.В. Інтелектуалізація суспільної праці (досвід індустриальних країн для України) / С. Біляцький, Т. Мірошниченко, А. Хахлюк // Україна: аспекти праці. – 2007. – №5. – С. 34–39.
3. Богуш Л.Г. Соціально-гуманітарні аспекти конкурентоспроможності економіки і умовах глобалізації / Богуш Л.Г. // Конкурентоспроможність в умовах глобалізації: реалії, проблеми та перспективи: Наук. вид. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2008. – С. 43-49.
4. Бондаренко О.О. Проблеми формування соціально-трудоу відносин / О. О. Бондаренко // Вісник КНУТД. – 2003. – №3. – С. 10–13.
5. Дворецька Г.В. Соціологія праці: [навч. посіб.] / Г.В. Дворецька.– К.: КНЕУ, 2001. – 244 с.
6. Кир'ян Т. Насущні проблеми соціальної політики та шляхи їх вирішення / Т. Кир'ян // Україна: аспекти праці. – 2009. – №6. – С. 3–6.

მარკატიონი

ნარგიზა ქარქაშაძე

*ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი
ნათელა კაკაურიძე
აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი*

**მომხმარებლის დამოკიდებულების შესწავლა ელექტრონულ ბაზარზე და
ბანკითარების მარკატიონული სტრატეგიები**

სამომხმარებლო საქონლის ბაზარზე მდგომარეობის გაუმჯობესების მიზნით, მნიშვნელოვანია გავიგოთ თუ როგორი დამოკიდებულება აქვს მომხმარებელს აღნიშნული ბაზრისადმი, კონკრეტულად კი სარეცხი მანქანებისადმი. სანამ შევისწავლიდეთ მომხმარებელთა დამოკიდებულებას, მნიშვნელოვანია მოვახდინოთ სარეცხი მანქანების სამომხმარებლო თვისებების ანალიზი, რომელიც შემდგომში მდგომარეობს.

საქონლის თითოეულ ჯგუფს გააჩნია სამომხმარებლო თვისებები და მანევრებლუბი, რომლებიც განსაზღვრავენ მის უნარს, დააკმაყოფილოს მყიდველთა სხვადასხვა მოთხოვნილებები. ყველა საქონელს გააჩნია სხვადასხვა სასარგებლო თვისებების ნაკრები, მხოლოდ ერთსახოვანი საქონელი, გამოშვებული სხვადასხვა მწარმოებლების მიერ, და ერთი და იმავე საქონლს განსხვავებული მოდიფიკაციებით აქვთ არაერთგვაროვანი ხარისხის დონე. ამიტომ საქონლის ჯგუფების სამომხმარებლო თვისებების შედარება უდიდეს როლს თამაშობს როგორც მყიდველების, რომლებიც აპირებენ საქონლის შექენას, ისე მწარმოებლებისათვის, რომლებიც იღებენ გადაწყვეტილებას ახალი პროდუქტის გამოშვების შესახებ.

სარეცხი მანქანის არჩევისას ძალიან მნიშვნელოვანია გავითვალისწინოთ, რამდენად კომფორტულ სამუშაოს უზრუნველყოფს ის მაგალითად, ელექტრონული მართვა მნიშვნელოვნად მოხერხებულია მექანიკურზე რიგი პარამეტრების მიხედვით. სარეცხი მანქანებისთვის ელექტრონული მართვით, უმეტეს შემთხვევაში, საკმარისია ავირჩიოთ ქსოვილის ტიპი, დავაჭიროთ გაშვების დილაკს და ყველაფერ დანარჩენს მანქანა თავად გააკეთებს.

მართვასთან მიმართებაში სარეცხი მანქანის არჩევისას ყურადღება უნდა მივაქციოთ ენერჯის ეკონომიურობაზე, სახელურის მოწყობილობაზე, რომელიც ალებს ლუქს, დილაკების და მართვის სახელურების განლაგებას, დიზაინს. დისპლეის ზომა, მუშაობის დამთავრების სიგნალების (განათებითი/ხმოვანი) და სხვა, ასევე ძლიერ გავლენას ახდენს სარეცხ მანქანასთან მიმართებაში.

სამწუხაროდ, ძალიან ხშირად მყიდველებს, განმასხვავებელი მახასიათებლების, მსურველებს, ავიწყდებათ ამ "წერილმანების" შესახებ. ეს კი ძალიან მნიშვნელოვანია, ამაზე ბევრად იქნება დამოკიდებული, დარჩება თუ არა მყიდველი კმაყოფილი შენაძენით.

მომხმარებელთა დამოკიდებულების შესასწავლად ჩავატარეთ მოსახლეობის გამოკითხვა. გამოკითხვა 160 რესპონდენტი, რომელთა გამოკითხვის შედეგები ასაკის მიხედვით ასე განაწილდა (იხ. ცხრილი 1). როგორც ცხრილიდან ჩანს, დიდი წილი – 36% უკავია 25-დან 35 წლამდე ასაკის რესპოდენტებს, ამიტომ პირველად განვიხილოთ მათი გამოკითხვის შედეგები. ამ ასაკის გამოკითხულებიდან სოციალური მდგომარეობის თანაფარდობა იხ. ცხრილში 2.

ცხრილი 1

ასაკი	გამოკითხულთა რაოდენობა	% თანაფარდობა
18-დან 25 წლამდე	46	29
25-დან 35 წლამდე	58	36
35 წელი და ზემოთ	56	35

როგორც ცხრილიდან ჩანს, რესპონდენტთა უმეტეს წილს შეადგენს მოსამსახურე – 16%, რომლის შემოსავლის დონე არის 400-დან 600 ლარამდე, ზოგ შემთხვევაში კი 600-დან 800 ლარამდე და 800 ლარს ზევით. შემდგომ მოდის საჯარო მოხელე – 9%. დროებითი უმუშევრების წილობრივი მაჩვენებლები ამ ასაკის ჯგუფში არის 8%, რომელთა შემოსავლის დონე უმეტეს შემთხვევაში არის 200 ლარამდე, ხოლო 2% კი საერთოდ არანაირი შემოსავალი არ გააჩნია. საერთოდ კი აღნიშნული ასაკის ჯგუფში შემოსავლის დონის მიხედვით რესპონდენტთა შედეგები ასე განაწილდა (იხ. ცხრილი 3):

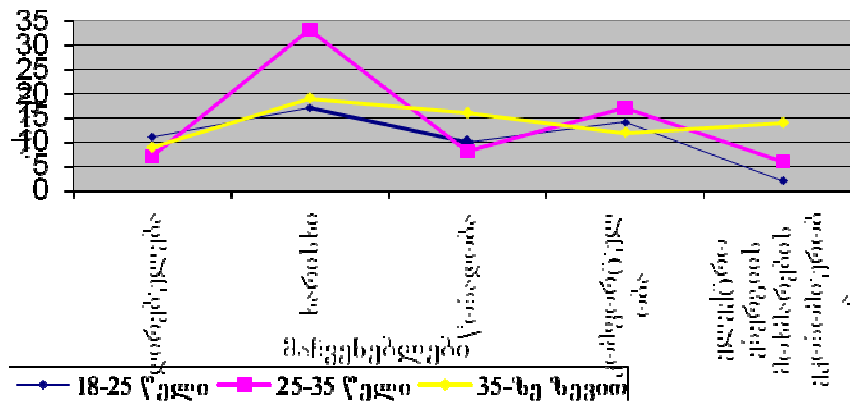
ცხრილი 2

სოციალური მდგომარეობა	გამოკითხულთა რაოდენობა	% თანაფარდობა
საჯარო მოხელე	15	9
მოსამსახურე	25	16
სტუდენტი	4	3
დროებით უმუშევარი	14	8

ცხრილი 3

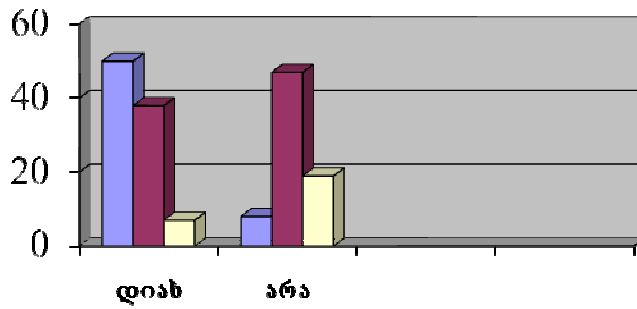
შემოსავლის დონე	გამოკითხულთა რაოდენობა	% თანაფარდობა
200 ლარამდე	12	7
200-დან 400 ლარამდე	10	6
400-დან 600 ლარამდე	21	13
600-დან 800 ლარამდე	8	5
800 ლარს ზევით	4	3
არაფერი	3	2

ასაკის მიხედვით რესპონდენტების გამოკითხვის შედეგად, თუ რას მიანიჭებდნენ უპირატესობას სარეცხი მანქანის ყიდვის დროს, შედეგები ასე განაწილდა (იხ. ცხრილი 3.4). როგორც გამოკითხვამ გვიჩვენა, რესპონდენტები უპირატესობას ანიჭებენ ხარისხს -20%, ხოლო კომფორტულობას - 11%. 5% უპირატესობას ანიჭებს წონადობას (იხ. დიაგრამა 1).

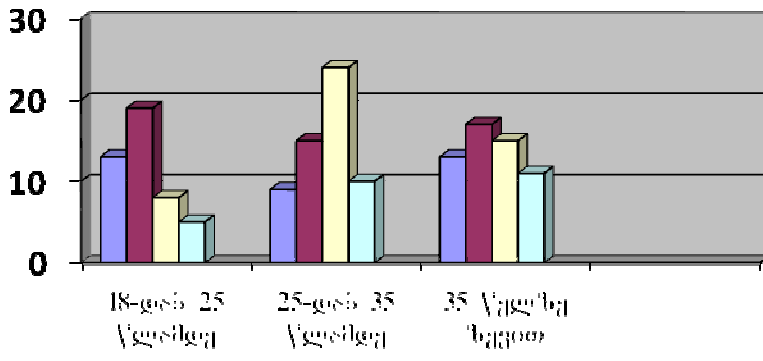


სამომხმარებლო ბაზრის განვითარებისათვის მნიშვნელოვანია პოტენციური კლიენტების მოძიება და მათი დაკმაყოფილება შესაბამისი საქონლით. მასთან დაკავშირებით მნიშვნელოვანია გამოკითხვის შედეგები, რომელიც მიგვანიშნებს პოტენციური მყიდველების რაოდენობაზე (იხ. დიაგრამა 2).

როგორც დიაგრამიდან ჩანს, გამოკითხული 160 რესპონდენტიდან სარეცხი მანქანა აქვს 135, ხოლო არა აქვს 25. სწორედ ეს 15 % არის ასათვისებელი და მათი მოთხოვნები უნდა დააკმაყოფილოს როგორც თავად მწარმოებელმა ისე დისტრიბუციულმა კომპანიებმა. შემდეგი მახვევებელი, რომელიც ასევე გასათვალისწინებელია მწარმოებლებისა და სავაჭრო საწარმოების მიერ, არის ფასი, რადგანაც გამოკითხულებიდან 16 % სარეცხი მანქანების ყიდვისას უპირატესობას ანიჭებს ფასს, ამიტომ კითხვაზე, თუ რომელია ყველაზე ხელსაყრელი ფასი სარეცხი მანქანის შეძენისას, შედეგები ასე განაწილდა (იხ. დიაგრამა 3).

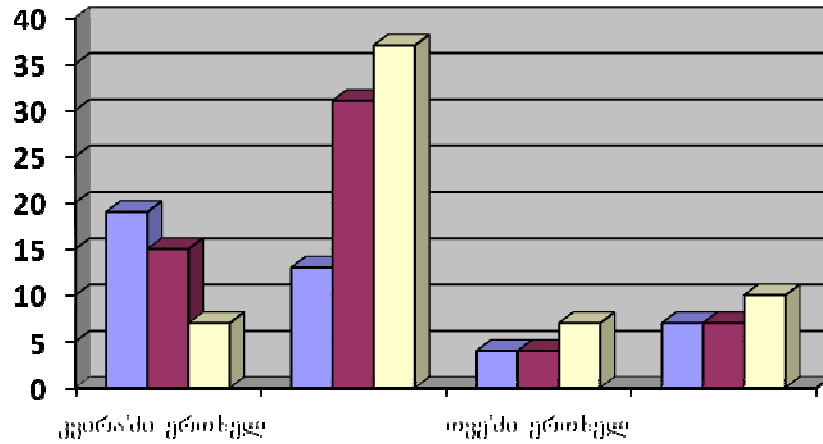


დიაგრამა 2



დიაგრამა 3

შემდეგი, რაზეც ყურადღება არის გასამახვილებელი, ესაა მოხმარების სიხშირე, რომელიც შემდეგნაირად განაწილდა (იხ. დიაგრამა 3.4). რესპონდენტთა 52% მოიხმარს სარეცხ მანქანას კვირაში რამდენჯერმე, ხოლო დღეში რამდენჯერმე მოიხმარს გამოკითხულთა 14%. აღსანიშნავია, რომ ძირითადი ყურადღება გამახვილდა იმ მომხმარებლებზე, რომლებიც მანქანას მოიხმარენ თვეში ერთხელ.



■ 18 დას 25 წელი ■ 25 დას 35 წელი ■ 35 ხუ ზედა

დიაგრამა 4

შემდეგი, რასაც დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ მომხმარებლები ყიდვის დროს, ესაა ყიდვის ადგილი. ამასთან დაკავშირებით შეიძლება ვთქვათ, რომ გამოკითხულთა 56% უპირატესობას ანიჭებენ ტექნიკის მაღაზიებს, ხოლო ბაზრობებს 13% , ორივეს ანაბრად კი გამოკითხულთა 33% (იხ. ცხრილი 3.4).

ცხრილი 4

ობიექტების დასახელება	რაოდენობა	% თანაფარდობა
ტექნიკის მაღაზიებს	90	52
ბაზრობებს	30	15
ორივეს თანაბრად	40	33

ამასთან, უნდა აღინიშნოს, რომ სარეცხი მანქანის ყიდვისას მნიშვნელოვანია ის გარემოება, თუ რამდენად ინფორმირებულია პოტენციური მყიდველი, რათა შეიძინოს საქონელი თან კმაყოფილი დარჩეს თავისი ნაყიდი. ამასთან დაკავშირებით შეიძლება ვთქვათ, რომ გამოკითხული რესპონდენტებიდან ინფორმაციას არ ფლობს 20%, ხოლო 80% ინფორმირებულია და არჩევანს აკეთებს სწორად.

როგორც ვიცით, საწარმოები იყენებენ სხვადასხვა კომუნიკაციის საშუალებებს მომხმარებელთა ინფორმაციისათვის. როგორც კვლევამ გვიჩვენა, სარეცხი მანქანების ყიდვისას რესპონდენტები ითვალისწინებენ საკუთარ გამოცდილებას – 26%, მეგობრების რჩევას – 28%, ხოლო რეკლამას – 27%, ფასდაკლებას 14%, ხოლო 5% რამდენიმეს ერთად.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, მყიდველისათვის მნიშვნელოვანია საქონლის ფასი, ამიტომ ისინი ყოველთვის იმ პერიოდში ყიდულობენ სარეცხ მანქანებს, როცა გამოცხადდება აქციები, რომელიც გულისხმობს მნიშვნელოვან ფასდაკლებებს სარეცხ მანქანებზე. ამას მოწმობს გამოკითხვის შედეგები, საიდან

ნაც ჩანს, რომ 160 გამოკითხულიდან 100-მა სარეცხი მანქანა შეიძინა ფასდაკლებების პერიოდში, ხოლო დანარჩენმა სხვა დროს ან არ შეუძენია საერთოდ.

ელექტრონულ ბაზარზე ასევე მნიშვნელოვანია ის, თუ რომელ ბრენდებს არჩევენ მომხმარებლები სარეცხი მანქანის ყიდვის დროს. გამოკითხვამ გვიჩვენა, რომ ამ კატეგორიაში 160 გამოკითხულიდან 34-მა გამორჩეულ ბრენდად დაასახელა LG-34, Gorenje -16, BOSCH -27-მა, BEKO -16-მა, Samsung -21-მა, Indezit-5-მა, SIEMENS-7-მა, VESTEL-1-მა, Hitachi-1-მა. აქედან გამომდინარე შეიძლება დავასკვნათ, რომ ამ ბრენდების გაყიდვები შემდგომშიც გაიზრდება, მაგრამ, ამასთან, საჭიროა გავარკვიოთ დანარჩენი ბრენდების შესახებ რატომ ამჯობინებენ მოწინავეს.

საბოლოოდ ჩატარებული კვლევის შედეგად შეიძლება გავაკეთოთ დასკვნა, რომ მომხმარებლებს ურჩევნიათ საუკეთესო ხარისხის საქონელი შედარებით დაბალ ფასად. ასევე ყურადღებას აქცევენ დიზაინს, წონადობას და კომფორტულობას. ამასთან, ფასების დონე, რაც სურს მომხმარებელს, არც ისე დაბალია – 400-დან 500 ლარამდე.

აღნიშნული საქონლის წარმოება საქართველოში არ ხდება, საქართველო მხოლოდ მათ რეალიზაციას ახდენს სხვადასხვა სავაჭრო საწარმოებისა და დისტრიბუციული კომპანიების დახმარებით.

თვით ბაზრის პოტენციალი საკმაოდ მაღალია, რაც საშუალებას აძლევს სამომხმარებლო საქონლის მწარმოებლებს, გაზარდონ წარმოების და გაყიდვების მოცულობა.

წარმოების გაზრდას ხელს უწყობს შემდეგი:

1. როგორც საქართველოს სხვა რეგიონების, ასევე იმერეთის, სამომხმარებლო საქონლის ბაზარი მუდმივად ზრდას განიცდის, მაგრამ მას ჯერ არ მიუღწევია განვითარების უმაღლესი წერტილისათვის;
2. სამომხმარებლო ბაზრის შიგა შესაძლებლობები ჯერ კიდევ არ ამოწურულა. ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესება, რაც უკავშირდება მოსახლეობის შემოსავლიანობის ზრდას, შესაძლებლობას იძლევა, განხორციელდეს აღნიშნული ბაზრის განვითარება და გაზრდა.
3. სავაჭრო საწარმოები და კომპანიები პროდუქციის და სავაჭრო მარკის წარმოსაჩენად ანხორციელებენ კომპლექსური მარკეტინგული ღონისძიებების გატარებას.

სამომხმარებლო ბაზარი გაყიდვების მოცულობის ზრდის მიუხედავად ცვალებადია, ამასთანავე, ბაზარი მაღალკონკურენტულია. ეს ყველაფერი აიძულებს საწარმოებს, გაატარონ სხვადასხვა მარკეტინგული ღონისძიებები, რომლებიც მიმართული იქნება როგორც უკვე არსებული კონკრეტული მომხმარებლებისადმი, ისე ახალი მომხმარებლების მოსაზიდად.

მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება გულისხმობს იმ მიმართულებების არჩევას, რომლითაც უნდა მოხდეს ზოგადად ბაზრის და კონკრეტულად საწარმოს განვითარება. სამომხმარებლო ბაზარზე გასატარებელი მარკეტინგული ღონისძიებებიდან უმთავრესია პოზიციონირება, დიფერენციაცია და ბრენდინგი.

ბაზრის ანალიზმა აჩვენა, რომ ბაზარი ჯერ კიდევ არ არის გაჯერებული და ზრდის სტადიაზეა. ამასთანავე, ზრდის ტემპები თანდათან იზრდება და გაყიდვების მოცულობა უახლოეს მომავალში მიაღწევს პიკურ მაჩვენებელს. შესაბამისად ყოველი კომპანია, გაყიდვების მოცულობის ზრდის მისაღწევად, ცდილობს გაზარდოს ბაზარზე საკუთარი წილი. ამ წინაპირობებიდან გამომდინარე უნდა მოხდეს მარკეტინგული სტრატეგიის შემუშავება.

ასევე მნიშვნელოვანია, რომ სტრატეგიები შემუშავდეს კვლევის შედეგად რესპონდენტებისაგან მიღებული ინფორმაციის გათვალისწინებით, რომელიც შემდეგში მდგომარეობს:

- უნდა მოხდეს ხშირი ფასდაკლებები;
- გააკეთონ საინტერესო შემოთავაზებები, გათამაშებები, აქციები;
- იყოს კომფორტული;
- სასურველია უკეთესი ხარისხის და ნაკლები ელექტროენერჯის ხარჯვით და დაბალ ფასად;
- კარგი მომსახურება ტექნიკის მაღაზიებში; კარგი დიზაინი;
- ბაზარზე არსებულ ყველა საქონელს ჰქონდეს შესაბამისი ფასი და არა 10-ჯერ გაზრდილი;
- რეკლამის დროს სხვა ბრენდთან შედარებით რეალური უპირატესობის ჩვენება;
- გაყიდვების მენეჯერის ტექნიკურ სპეციფიკაში გარკვეულობა, რაც დაეხმარება მომხმარებლებს, უკეთ გაერკვნენ ინფორმაციაში, რომელიც ხელს შეუწყობს, სწრაფად მიიღონ გადაწყვეტილება სარეცხი მანქანების შესაძენად;
- რეალური საგარანტიო მომსახურება.

აღნიშნული საკითხების გათვალისწინებით შემუშავებული სტრატეგიების განხორციელების შედეგად, საწარმოები მკვეთრად გაზრდიან ელექტრონულ ბაზარს, რაც ასევე გააუმჯობესებს კომპანიების ფინანსურ მდგომარეობას.

როგორც კვლევამ გვიჩვენა, იმერეთის რეგიონში სამომხმარებლო (ელექტრონული) საქონლის გასაღებისათვის საჭიროა არსებობდეს რეალური პირობები. ამის გარდა, საკმაოდ მნიშვნელოვანი ფაქტორია სარეკლამო კომპანიის განხორციელება სხვადასხვა სეგმენტების ინტერესების გათვალისწინებით.

ინფორმაციის გავრცელების საშუალებების არჩევისას აუცილებელია კარგად ვიცოდეთ თითოეული მათგანის მახასიათებლები: გადაცემის სიხშირე, გავრცელების არეალი და ზემოქმედების ძალა. მნიშვნელოვანია მიზნობრივი აუდიტორიის მიერ აღიარებული ფასეულობები. ქართულ რეალობაში ინფორმაციის გავრცელების ძირითადი სახეები არის ტელევიზია და პრესა.

ტელევიზია – საკუთარ თავზე ყურადღების ყველაზე მეტად კონცენტრირებადი ინფორმაციის გავრცელების საშუალებაა. მასში რეკლამას შეიძლება ჰქონდეს მრავალი სახე:

- უშუალოდ რეკლამა (ე.ი. ინფორმაცია საწარმოზე, პროდუქციაზე და ა.შ.);
- შეკვეთილი გადაცემა, რომელშიც საუბარი იქნება საწარმოს ისტორიაზე, მის მიღწევებზე და ხარისხის გაზრდაზე და ა.შ.

პრესა – ესაა საშუალება, პუბლიკაციებისა და სტატიების სახით მოხდეს სამომხმარებლო (ელექტრონული) საქონლის მწარმოებლის შესახებ ინფორმაციის გავრცელება. კონკრეტული გამომცემლობის არჩევა დაკავშირებულია მიზნობრივი აუდიტორიის მიერ ამა თუ იმ გამომცემლობისადმი მინიჭებულ უპირატესობებზე.

პოზიციონირების ზემოთ აღწერილი სტრატეგიები კომპანიას საშუალებას აძლევს, მომხმარებლის ცნობიერებაში ჩამოყალიბდეს, როგორც მაღალი ხარისხის მქონე პროდუქციის მწარმოებელი კომპანია.

1. კვლევის შედეგები **გამოყენებული ლიტერატურა**

Karkashadze Nargiza
Doctor of Economic Sciences
Kakauridze Natela
Visiting Teacher

**STUDY BEHAVIOUR OF THE CONSUMERS IN THE ELECTRONIC MARKET
AND MARKETING STRATEGY OF DEVELOPMENT**
Summary

In clause - Study behaviour of the consumers in the electronic market and marketing of strategy of development~ the results of research are given, where the attitude(relation) is bright visible what has of the consumers with the consumer market.

With clause also ოპირი of the recommendation about development of the consumer market and appropriate marketing strategy which will help the trade companies in realization of production and achievement of successes in the market.

ეკატერინე მადლაკელიძე
თსუ ასოცირებული პროფესორი,
ელისაბედ მაღანიძე
თსუ ასოცირებული პროფესორი

რა უნდა გავაკეთოთ კომპანიის მუდმივად შემცირებადი მარკეტინგული ბიუჯეტის პირობებში?

მარკეტინგის მენეჯერები კონსტანტურად ეჯახებიან პრობლემას, რომელიც მარკეტინგის ბიუჯეტს ეხება. პერსონალური დაკვირვება და სოციალურ მედიაში, კერძოდ კი, www.surveyanalytics.com ბლოგზე გავრცელებული ინფორმაცია კიდევ ერთხელ ადასტურებს მოსაზრებას იმის შესახებ, რომ მეტის კეთება კლებადი ბიუჯეტის პირობებში აზროვნების და მოქმედების ჩვეულებრივ წესად ჩამოყალიბდა¹². კომპანიები, როგორც წესი, გამოყოფენ ბიუჯეტს ახალი პროდუქტისათვის, სერვისის ან პროექტისათვის, მაგრამ შემდეგ ეს ბიუჯეტი თითქმის ყოველთვის 5-10%-ით მცირდება. ბუნებრივია, ისმის კითხვა – როგორ მივიღოთ მაქსიმალური შედეგი მუდმივად შემცირებადი მარკეტინგული ბიუჯეტის და, იმავდროულად, აღმასრულებელი მენეჯმენტის მხრიდან მუდმივად ზრდადი მოთხოვნების პირობებში? სამწუხარო ფაქტია, რომ ისე, როგორც არავის კომპანიაში, მარკეტინგის სამსახურის მუშაკებს მოეთხოვებათ გაამართლონ ხარჯები მარკეტინგულ აქტივობებზე. ამისათვის გლობალურ კომპანიებში სისტემატურად ტარდება მარკეტინგული გაზომვები. ამგვარი გაზომვების გამოყენება შეუძლიათ ბრენდის მენეჯერებს მარკეტინგული პროგრამების შემუშავების დროს და, ასევე, უმაღლეს მენეჯმენტს ფინანსების გამოყოფის შესახებ გადაწყვეტილების მისაღებად. მარკეტოლოგები უკეთ შეძლებენ მარკეტინგში განხორციელებული ინვესტიციების ეფექტიანობის დასაბუთებას უმაღლესი მენეჯმენტის წინაშე, თუ შეძლებენ მარკეტინგულ საქმიანობაში ჩადებული ინვესტიციებიდან ამონაგების გაანგარიშებას¹³.

მარკეტინგული გაზომვების მნიშვნელოვანი ნაწილი კომპანიის მომხმარებლებთან მუშაობის შედეგების გაზომვებს ეხება, კერძოდ იმას, თუ როგორ მუშაობს კომპანია წლიდანწლამდე მომხმარებლებთან, როგორია ციფრებში გამოსახული მომხმარებელთა კმაყოფილებისა და ლოიალურობის მაჩვენებლები, რამდენი მომხმარებლის მოზიდვა და შენარჩუნება შეძლეს კონკრეტულ საანგარიშო პერიოდში მარკეტინგული აქტივობების ხარჯზე, რამდენი მომხმარებელი დაკარგეს და ა.შ. საშუალო და მცირე ბიზნესის მენეჯერების უმრავლესობა ან სათანადოდ ვერ აფასებს მარკეტინგული კვლევების მნიშვნელობას კომპანიის საბოლოო შედეგების გაუმჯობესებაში, ან ამისთვის აშკარად არ ყოფნით სახსრები. მათი აზრით, არანაირი დიდი აღმოჩენა არ იქნება თუ გაირკვევა, რომ გამოკითხული პოპულაციის 60% ამბობს, რომ მათ ახალი პროდუქტი სჭირდებათ! ასეთი მსჯელობა კი არასწორია. ზოგჯერ კომპანიისათვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მოპოვება არც ისეთი პრობლემატურია, როგორც ეს შეიძლება ერთი შეხედვით ჩანდეს. მაგალითად, მომხმარებელთა სამომავლო ქცევის საუკეთესო პრედიქტორად შეიძლება იქცეს მოდელი, რომელიც მხოლოდ ორი ცვლადისაგან შედგება - ყიდვის ხანდაზმულობა და ყიდვის სიხშირე, ე.წ. **RF** მოდელი. აღნიშნული მოდელის მიხედვით, მომხმარებელთა ქცევის ამსახველი ისტორიული მონაცემების წარმოება მარტივი პროგრამული უზრუნველყოფითაც სავსებით შესაძლებელია, რომლის შექმნასაც ჩვეულებრივი პროგრამისტიც კი იოლად გაართმევს თავს, და

¹² The QuestionPro Blog. Retrieved June 26, 2012 from <http://e.mail.ru/cgi-bin/readmsg.htm>.

¹³ Kotler Ph., & Keller K.L. (2008). *Marketing Management*. New Jersey. Upper Saddle River. p.117.

რომელიც საუკეთესოდ მუშაობს ონლაინზე დაფუძნებულ მარკეტინგში. სასარგებლოა, აგრეთვე, მომხმარებელზე ორიენტირებული კომპანიების გამოცდილების გაზიარებაც, რომლებიც ბრენდის კაპიტალის პერიოდულ გაზომვებთან ერთად კლიენტის კაპიტალსაც ზომავენ მათი შექმნის წყაროების გამოვლენისა და აღრიცხვის მიზნით, რადგან ითვლება, რომ ეს ორივე კაპიტალი კომპანიის მნიშვნელოვანი არამატერიალური აქტივია.

ჩვენი სტატიაც სწორედ კომპანიისათვის მომხმარებლების ღირებულების გაზომვებს ეძღვნება. ამ კონტექსტში წარმოვიდგინოთ მომხმარებლის სასიცოცხლო ციკლის კონცეფციას, რადგან მხოლოდ ამ ციკლის გამოვლენა იძლევა მომხმარებლის ღირებულების გაზომვის შესაძლებლობას. იმავდროულად, შევხებით ყიდვის ხანდაზმულობის გაზომვის ინსტრუმენტსაც, რომელიც მაღალი უკუკავშირის მარკეტინგული პროგრამების შემუშავებაში გვეხმარება და, მაშასადამე, მარკეტინგულ საქმიანობაზე გამოყოფილი სახსრების ოპტიმალურად გამოყენების შესაძლებლობასაც იძლევა.

რატომ ვიყენებთ ხანდაზმულობის კონცეფციას? ალბათ იმიტომ, რომ ის, რაც უახლოეს წარსულში მოხდა, წარუშლელ კვალს ტოვებს ჩვენს მესხიერებაში. მარკეტინგის კონტექსტში ხანდაზმულობა მომხმარებლის სასიცოცხლო ციკლს ასახავს. მომხმარებლები კომპანიისათვის ურთიერთობის პროცესში სხვადასხვა ეტაპს გადიან და ამ პერიოდის განმავლობაში მათი საჭიროებები იცვლება. ეს პროცესი გრძელდება მანამ, ვიდრე კომპანიის პროდუქტები/სერვისები მომხმარებლებს უკვე აღარ სჭირდებათ. ამ წერტილში სასიცოცხლო ციკლი სრულდება და მომხმარებლის ღირებულების ზრდაც (დადებითი თუ უარყოფითი) ჩერდება. მაშასადამე, ვიდრე არ გვეცოდინება მომხმარებლის სასიცოცხლო ციკლი, ჩვენ ვერც მის სასიცოცხლო ღირებულებას ვერ ვიანგარიშებთ, რადგან არ გვეცოდინება სად იწყება და სად წყდება ეს ციკლი.

მოდით დავიწყოთ ხანდაზმულობის კონცეფციის განხილვით. მომხმარებელი ეს – ეს არის იწყებს თქვენი პროდუქტებით/სერვისებით სარგებლობას. ეს ნიშნავს იმას, რომ რაღაც შეიცვალა მის ცხოვრებაში, დაუშვათ, მომხმარებელმა სამსახური იშოვა, რამაც უბიძგა მას ესარგებლა თქვენი შეთავაზებით. მაგრამ შემდეგ რაღაც მოხდა ისეთი მომხმარებლის ცხოვრებაში, მაგალითად, სამსახურებრივი დაწინაურება, რამაც შეცვალა მომხმარებლის მოთხოვნილება და ახლა მას სხვა, უფრო მაღალი ხარისხის პროდუქტები/სერვისები სჭირდება. მაშასადამე, ჩვენს კონკრეტულ მაგალითში სამსახურის დაწყება შეიძლება განვიხილოთ, როგორც წამქეზებელი მოვლენა, რამაც მომხმარებლის ქცევა შეცვალა. თუ ეს კონკრეტული მოვლენა ქმნის თქვენი კომპანიის პროდუქტებით/სერვისებით სარგებლობის მოთხოვნილებას, სავარაუდოა, რომ მომხმარებელმა კიდევ და კიდევ გაიმეოროს მათი შესყიდვა, და ეს გაგრძელდება მანამ, ვიდრე ისევ რაღაც არ შეიცვლება მომხმარებლის ცხოვრებაში. გარკვეული დროის გასვლის შემდეგ მომხმარებელს სულ ნაკლებად და ნაკლებად დასჭირდება თქვენი პროდუქტები/სერვისები, რადგან ან უკვე აქვს ის, რაც სჭირდება, ან, შესაძლოა, მონახა მათი საუკეთესო შემცვლელი. თუ ეს სცენარი მართებულია, მაშინ უნდა ვივარაუდოთ, რომ ალბათობა იმისა, რომ ის მომხმარებელი, რომელმაც უახლოეს წარსულში განახორციელა ტრანსაქცია თქვენს კომპანიისთან, კვლავ იყიდის თქვენგან პროდუქტებს/სერვისებს, ვიდრე ის მომხმარებელი, ვისი შესყიდვის ხანდაზმულობა უფრო ღიძია. მაშასადამე, ალბათობა იმისა, რომ ის მომხმარებლები, რომლებსაც ღიძი ხნის განმავლობაში არ განუხორციელებიათ ტრანსაქცია, კიდევ შეიძენენ რამეს თქვენთან, ნაკლებია იმ მომხმარებლებისაგან განსხვავებით, ვინც ახლახან შეიძინა მისთვის სასურველი პროდუქტები/სერვისები. ამგვარად, ჩვენ მხედველობაში გვაქვს არა აბსოლუტური, არამედ ფარდობითი სიდიდეები.

მაშასადამე, თუ ახლად შექმნილი მომხმარებლების მიერ ტრანსაქციის განახორციელების ალბათობა უფრო დიდია, მაშინ აქედან გამომდინარეობს ორი მოსაზრება:

1. რაც უფრო ახალია მომხმარებლები, მით უფრო დიდია ალბათობა იმისა, რომ ისინი რეაგირებას მოახდენენ მარკეტინგულ სტიმულებზე;

2. რაც უფრო ახალია მომხმარებლები, მით უფრო მეტია მათი პოტენციური ღირებულება ბიზნესისათვის¹⁴.

პირველი მოსაზრება ძალიან მარტივია ასახსნელად თუ მომხმარებელი უკვე მომწიფებულია იმისათვის, რომ განახორციელოს ტრანსაქცია, ის ბუნებრივია, უფრო რეაგირებს იმ სტიმულებზე, რომლებიც მას ამ ტრანსაქციის განხორციელებისაკენ უბიძგებენ. მეორე მოსაზრება კი უბრალოდ ლოგიკურია, თუმცა, ოდნავ შენიღბული. მომხმარებელთა ტრანსაქციები, ჩვეულებრივ, მომხმარებელთა ღირებულებას ზრდიან. მომხმარებელი, რომელიც სავარაუდოდ განახორციელებს ტრანსაქციას და სავარაუდოდ რეაგირებას მოახდენს სტიმულებზე, მისი პოტენციური ღირებულება ბიზნესისათვის, ბუნებრივია, უფრო დიდია, ვიდრე იმ მომხმარებლის, რომლის მიერ ტრანსაქციის განხორციელება და რეაგირება ნაკლებად სავარაუდოა.

ხანდაზმულობის კონცეფციაში უკეთ გარკვევის მიზნით განვიხილოთ შემდეგი მაგალითი. გამოვიყენოთ ხანდაზმულობა იმისათვის, რომ შევადაროთ ერთმანეთს ორი სხვადასხვა ერთდროულად მიმდინარე და ერთნაირი ხანგრძლივობის რეკლამით (რეკლამა #1 და რეკლამა #2) მოზიდული მომხმარებლების პოტენციური ღირებულება. ამისათვის კი საჭიროა ელექტრონული ცხრილის შექმნა და მომხმარებელთა შესყიდვების ამსახველი ისტორიული მონაცემების ჩაწერა. კერძოდ:

1. გამოავლინეთ მომხმარებელთა ორი დამოუკიდებელი ჯგუფი, რომელთა პოტენციური ღირებულების შედარებაც გასურთ. ჩვენს კონკრეტულ მაგალითში მომხმარებლები, რომლებმაც "დაკლიკეს" #1 რეკლამაზე, ეს ერთი ჯგუფი, და მომხმარებლები, რომლებმაც "დაკლიკეს" #2 რეკლამაზე, ეს მეორე ჯგუფი.

2. გადაწვივით რომელი აქტივობა უნდა აღრიცხოთ შერჩეულ მომხმარებელთა ჯგუფში. თუ გამომცემელი ხართ, ალბათ, ლოდინი ან ვებგვერდის მონახულება ყველაზე მნიშვნელოვანი აქტივობა იქნება თქვენთვის, თუ პროდუქტით ვაჭრობთ, მაშინ უმჯობესია აღრიცხოთ შესყიდვები და ა.შ.

3. შეიტანეთ იმ მომხმარებლების მიერ განხორციელებული შესყიდვის ყველა მონაცემი, რომლებმაც "დაკლიკეს" #1 და #2 რეკლამაზე შესაბამისად ელექტრონული ცხრილის სხვადასხვა გვერდზე. ყველა ტრანსაქცია უნდა იყოს დათარიღებული.

4. შეარჩიეთ დროის პერიოდი შესყიდვის ხანდაზმულობაზე დაკვირვების მიზნით. ვებგვერდების მონახულების შემთხვევაში ეს შეიძლება იყოს 1 კვირა, ხოლო შესყიდვებისთვის - 30 დღე. ზუსტი ხანგრძლივობის დადგენა ძალიან მნიშვნელოვანი არ არის, რადგან თქვენ ერთმანეთს ადარებთ ორი სხვადასხვა რეკლამით მოზიდულ მომხმარებელთა ორი დამოუკიდებელი ჯგუფის აქტივობას და გაინტერესებთ გაიგოთ, რომელი რეკლამა ქმნის უფრო მაღალი პოტენციური ღირებულების მომხმარებელს.

5. დაახარისხეთ #1 რეკლამით მოზიდული მომხმარებლების შესყიდვის ჩანაწერები. დაიწყეთ ყველაზე უახლოესი შესყიდვებით და დაასრულეთ შედარებით ხანდაზმული შესყიდვებით. დაადგინეთ, რამდენმა მომხმარებელმა,

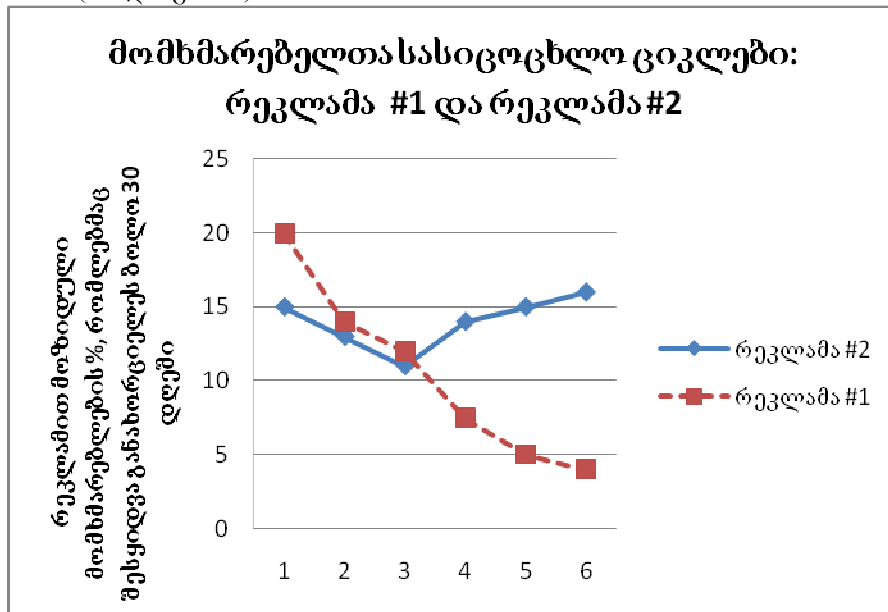
¹⁴Novo, J. (2004). *Drilling Down. Turning Customer Data into Profits with a Spreadsheet*. USA. p.57

რომლებმაც #1 რეკლამაზე "დაკლიკა", განახორციელა თუნდაც ერთი შესყიდვა ბოლო 30 დღის განმავლობაში. შემდეგ მიღებული რიცხვი გაყავით ელექტრონულ ცხრილში მოხვედრილ მომხმარებელთა მთლიან რაოდენობაზე, რომლებმაც #1 რეკლამაზე "დაკლიკეს", და ასე მიიღებთ #1 რეკლამით მოზიდული მომხმარებლების პროცენტულ რაოდენობას. დაეუშვათ, ასეთი მომხმარებლების პროცენტული რაოდენობა არის 20.

6. ჩაატარეთ იგივე კალკულაციები იმ მომხმარებლების მიერ განხორციელებულ აქტივობებთან დაკავშირებით, რომლებმაც #2 რეკლამაზე "დაკლიკეს". დაეუშვათ, ამ მომხმარებელთა პროცენტული რაოდენობა არის 15 ბოლო 30 დღეში.

7. ახლა თქვენ უკვე იცით პასუხი. რეკლამების გასვლიდან პირველი 30 დღის განმავლობაში მოზიდული მომხმარებლების პროცენტი, რომლებმაც #1 რეკლამაზე "დაკლიკეს", უფრო მაღალია, ვიდრე #2 რეკლამით მოზიდული მომხმარებლების პროცენტი. ეს კი ნიშნავს, რომ რეკლამა #1 უფრო მაღალი პოტენციური ღირებულების მომხმარებლებს ქმნის. ეს ინფორმაცია რეკლამის ეფექტიანობის განსაზღვრაში დაგეხმარებათ. თუმცა, ვიდრე მომხმარებელთა სასიცოცხლო ციკლს არ გამოავლენთ, საბოლოო დასკვნის გაკეთება თითოეული რეკლამით მოზიდული მომხმარებლების პოტენციურ ღირებულებასთან დაკავშირებით ჯერ ნაადრევია.

უფრო სიღრმისეული და, იმავდროულად, სწორი ანალიზის გასაკეთებლად ხანდაზმულობის მონაცემები მომხმარებელთა სასიცოცხლო ციკლს უნდა დაეუკავშიროთ (იხ. დიაგრამა).



ეს დიაგრამა მომხმარებელთა სასიცოცხლო ციკლს ასახავს. ვერტიკალურ ღერძზე რეკლამებით მოზიდული მომხმარებლების პროცენტული მაჩვენებელია გამოსახული, რომლებმაც შესყიდვა ბოლო 30 დღის განმავლობაში განახორციელეს, ჰორიზონტალურ ღერძზე კი – თვეები (6 თვე), რომელთა განმავლობაში ხორციელდება შესყიდვებზე დაკვირვება. თუ მოცემულ დიაგრამას დააკვირდებით, დაინახავთ, რომ რეკლამა #1 (წვეტილი ხაზი) იმ მომხმარებელთა 20%-ით იწყება,

რომლებმაც შესყიდვა #1 რეკლამის გასვლიდან პირველი 30 დღის განმავლობაში განახორციელეს. 6 თვის შემდეგ მათი პროცენტი 5%-მდე მცირდება. მართალია, #1 რეკლამა თავდაპირველად მომხმარებელთა მეტ პროცენტს იზიდავს, მაგრამ დროის გასვლასთან ერთად ეს მომხმარებლები თანდათან კარგავენ თავის პოტენციურ ღირებულებას. რეკლამა #2 (უწყვეტი ხაზი) იმ მომხმარებელთა 15%-ით იწყება, რომლებმაც შესყიდვა #2 რეკლამის გასვლიდან პირველი 30 დღის განმავლობაში განახორციელეს. ეს პროცენტი მე-3 თვეში დაახლოებით 11 პროცენტამდე ეცემა, მაგრამ შემდგომ თვეებში კვლავ იწყებს ზრდას და უფრო მაღალი პროცენტით მთავრდება, ვიდრე დაიწყო და, იმავდრიულად, ზრდა გრძელდება. მაშასადამე, ხანგრძლივ პერიოდზე გათვლით, #2 რეკლამით მოზიდული მომხმარებლების პოტენციური ღირებულება უფრო მაღალია, ვიდრე #1 რეკლამით მოზიდული მომხმარებლების. ამდენად, თუ კარგად დააკვირდებით #1 რეკლამით მოზიდული მომხმარებლების სასიცოცხლო ციკლს, აღმოაჩენთ, რომ მიუხედავად იმისა, რომ რეკლამა #1 უკეთესად გამოიყურება ხანდაზმულობის მიხედვით დროის კონკრეტულ პერიოდში (20%), მხედველობაში გვაქვს #1 რეკლამის გასვლიდან შესყიდვის პირველი თვე, რეკლამა #2 უფრო მაღალი პოტენციური ღირებულების მომხმარებლებს ქმნის დროის ხანგრძლივ პერიოდზე გათვლით (იგულისხმება რეკლამების გასვლიდან 6 თვის პერიოდი). მაშასადამე, მომხმარებლების პოტენციური ღირებულების შესაფასებლად აუცილებელია მომხმარებლების სასიცოცხლო ციკლის განსაზღვრა. ჩვენ მიერ განხილულ მაგალითში აღმოჩნდა, რომ #2 რეკლამით მოზიდულ მომხმარებლებს ცოტათი მეტი დრო დასჭირდათ შესყიდვის შესახებ გადაწყვეტილების მისაღებად, მაგრამ უფრო მაღალი ღირებულების მომხმარებლები გახდნენ ხანგრძლივ პერიოდზე გათვლით. ეს არის ყველაზე გაურკვევლელი მოცემულობა მომხმარებელთა ქცევის კარტოგრაფიაში და თუ თქვენ არ ადევნებთ თვალყურს ამ ქცევას, ვერ შეძლებთ სარეკლამო ან ნებისმიერი გასაღების მასტიმულირებელი კამპანიის მომგებიანობის შეფასებას.

მომხმარებლები შეიძლება დააჯგუფოთ აგრეთვე პროდუქტების მიხედვით, რომელსაც ისინი პირველ რიგში იძენენ და დაადგინოთ, რომელი პროდუქტი ქმნის ყველაზე მაღალი პოტენციური ღირებულების მქონე ახალ მომხმარებელს. ეს არის იმის მარტივი მაგალითი, თუ როგორ ახერხებენ კომპანიები, რომლებსაც გარკვეული გამოცდილება აქვთ კლიენტის კაპიტალის მართვაში, გაყიდვების მოცულობის გაზრდას მარკეტინგზე მინიმალური დანახარჯების პირობებში.

ახლა განვიხილოთ მომხმარებელთა სასიცოცხლო ღირებულების (LifeTime Value) კონცეფცია, რომელიც ხშირად არასწორად არის ხოლმე გაგებულნი ბიზნესის მესვეურების მიერ. მომხმარებლის სასიცოცხლო ღირებულება – ეს არის წმინდა მოგება, რომელიც მომხმარებელს მოაქვს კომპანიასთან თანამშრომლობის მთელი სასიცოცხლო ციკლის განმავლობაში. მომხმარებლის სასიცოცხლო ღირებულების განსაზღვრა დაგეხმარებათ მარკეტინგულ საქმიანობაზე გამოყოფილი ბიუჯეტის განაწილებაში იმ იდეებს შორის, რომლებიც მაღალი პოტენციური ღირებულების მქონე მომხმარებლებს ქმნიან და, შესაბამისად, არამომგებიანი იდეების გაცხრილვაში. ამისათვის კი დაგჭირდებათ თითოეული იდეით, გნებავთ მარკეტინგული აქტივობით შექმნილი მომხმარებლების **ფარდობითი სასიცოცხლო ციკლის** შესწავლა. ამრიგად, თუ იცით როგორ გამოიყურება მომხმარებლის სასიცოცხლო ციკლი, შეძლებთ განსაზღვროთ მომხმარებლის პოტენციური ღირებულება თქვენი ბიზნესისათვის და, შესაბამისად, უფრო ადვილად მიიღებთ გადაწყვეტილებას იმის შესახებ, თუ რომელი მომხმარებლისაკენ მიმართოთ გასაღების მასტიმულირებელი ღონისძიებების კომპლექსი. ამით დაზოგავთ სახსრებს ნაკლებმომგებიანი ან არამომგებიანი მომხმარებლების მოზიდ-

ვაზე და თვით შემცირებადი ბიუჯეტის პირობებშიც შეძლებთ მაღალი კომერციული მოგების უზრუნველყოფას.

Maghlakelidze Ekaterine
Associated Professor of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University,
Maliana Elisabed
Associated Professor of Ivane Javakhishvili Tbilisi State University

**WHAT TO DO WHEN THE MARKETING BUDGET OF A COMPANY
TAKE A DIVE
Summary**

In the present article we tried to highlight the importance of the concept of Recency in making business decisions, and at the same time, to prove the close relationship between the concept of Recency, customer LifeCycle, and customer LifeTime Value. First of all, we have made an important conclusion about Recency: Recent customers are more likely to transact, and if so, then two other ideas follow: 1. The more recent they are, the more likely they are to respond to promotions; 2. The more recent they are, the higher their potential value to the business.

The LifeTime Value is used to make decisions about allocating marketing or service efforts to activities that generate high potential value customers, and away from activities generating low potential value customers. And to do this, all you need to know is the *relative* LifeTime Value of the customers generated by each activity. So if you know what the LifeCycle look like, you should be able to do a pretty good job of determining who the highest LifeTime Value customers are, relative to each other. If you do your Recency tracking on ads, PPC keywords, newsletter links, and so on, you should be able to compare the relative potential value of the customers generated by each approach and easily decide where your promotion budget is most profitably spent.

Boretskaya Nataliya

Ph.D. candidate,

Academy of Municipal Management (Ukraine)

**PROCESS OF THEORETICAL COMPREHENSION OF PRIVATE EDUCATION AS
A NEW SOCIAL PHENOMENON**

Defined strategy for public and private universities in the education market of Ukraine. Explored ways to enhance the efficiency of private universities through the mechanism of competition.

Keywords: *higher educational institution, non-governmental education, educational policy, business, process, social phenomenon, strategy, theoretical reflection.*

Борецкая Н.А. Процесс теоретического осмысления негосударственного образования как нового социального феномена

Определена стратегия развития государственных и частных вузов на рынке образовательных услуг Украины. Исследованы пути повышения эффективности деятельности частных вузов через механизм конкуренции.

Ключевые слова: *высшее учебное заведение, негосударственное образование, образовательная политика, предпринимательство, процесс, социальный феномен, стратегия, теоретическое осмысление.*

Introduction

Modernization of higher education as determined by the imperatives of a modern national education policy of Ukraine is carried out under market conditions. Market relations gradually enter into the sphere of education. They determine the directions and forms of higher education institutions' (HEIs) activities, orient them to the needs of consumers and to the diversification of funding sources, increase competition as between universities on the market of educational services as among graduates in the labor market.

Analysis of recent research

Certain attention to the problems of state regulation of education in the overall context of the knowledge economy was paid by well-known scientists G. Becker, E. Bowen, E. Denison, J. Kendrick, J. Minser, and T. Schultz. In the works of domestic scientists L. I. Antoshkina, T. N. Boholib, A. I. Butenko, V. A. Visyashev, V. V. Geys, O. A. Hrishnova, B. M. Danylyshyn, G. A. Dmytrenko, T. A. Zayets, S. N. Zlupko, I. S. Kalenyuk, O. A. Kratt, V. G. Kremin, V. I. Kutsenko, L. K. Semiv, A. P. Sologub, D. M. Stechenko, L. A. Jankowski and others specific organizational and economic problems faced by the system of higher education are highlighted. However, market conditions of functioning of higher education require the elaboration of new mechanisms of state regulatory activities in the sphere of its management.

Statement of research objectives

- to identify the development strategy of public and private universities on the market of educational services in Ukraine;
- to explore the ways of increasing the efficiency of private universities' activities through the mechanism of competition.

Results

A word combination "business structure" in relation to higher educational institutions shows in particular the type of connections and relationships within it, the way of its organization and management. Legislative provision of the business status for the private higher educational institutions will allow them to implement a strategy to maximize the present

net income, to openly conduct its business activities (for example, to publish annually a balance sheet).

It should be recognized as an important advantage of private higher educational institutions that they, having a high level of freedom and mobility, are able to diversify their activities. Their main business of teaching students, in our opinion, must be unprofitable. However, in the price of educational and other services private higher educational institutions can lay down a certain level of profit.

Entrepreneurship in education, which is apparent in the functioning of private higher educational institutions, changes the economic nature of the student. The student becomes a client of higher educational institution. This approach has advantages and generates a number of challenges. The changing role of the student to the client, on the one hand, will involve strengthening of the higher educational institutions' responsibilities for the quality of services provided. On the other hand it can lead to the situation where the student is not recognized as unfit for education in order not to lose money that he pays to the university. Or, conversely, this situation can lead to the exemption of marginal students with the aim of not to lecture them once again, which is associated with additional expenditures [6].

Analysis of 20 years activities of private higher educational institutions allowed formulating certain strategies for their development and comparing them with the relevant strategies of public higher educational institutions [8].

Most of higher educational institutions have used various modifications of the above mentioned strategies. To make the operation of private higher educational institutions more transparent and understandable to the public, there is a need to continue to formulate their own strategy (including the mission and goals), and to make it concise, clear and show it to the general public.

It is understandable that even within a certain time private higher educational institutions can not create hard competition for public system of education. At the 21st year of independence of Ukraine, which gained the status of market economy, in the Programme of Education Development developed for the years 2010-2015, nothing is said about the role and prospects of private education. And this is despite the significant number of existing privately owned higher educational institutions (over 200 at all levels of accreditation). This is an indication that private higher education institutions still have no significant achievements recognized by the state and are not regarded as an important factor in increasing the competitiveness of national education.

Today much is said about the difficulties in system of public higher education in Ukraine. These are the isolation from the economic practices, corruption, an aging infrastructure and others. However, these deficiencies do not affect a lot the level of competition to public higher educational institutions, which remains high. This can be explained, on the one hand, by the conservatism and inertia of the Ukrainian society, and, on the other hand, by the long-term and absolutely deserved fame of these schools, which has developed in Soviet times.

Performance improvement of private higher educational institutions is possible primarily through the mechanism of competition. Because public higher educational institutions raise "the bar" on the activities in the educational services market, the state must take all measures to improve the quality level of education and scientific work at public universities. Then private higher educational institutions will be forced to or "pull-up" to the level of public higher educational institutions, or to terminate their activities. The lack of requirements from potential university entrants and their parents to the quality of teaching makes viable unscrupulous private universities.

It should be recognized that in Ukraine private higher educational institutions can not compete favorably with public higher educational institutions unless they find their niche on the educational services market, unless they offer entrants educational services on such a level,

that are not offered to them by public educational institutions. In these circumstances for the Ukrainian private higher education extremely important is what I. Ilyinsky calls "self identification" [4, p. 10], in other words, the understanding private higher education's essence, its advantages over paid public higher education. It is important to understand which feature will allow the private education, if paid public higher education remains, to preserve its sovereignty.

The advantages of private higher education institutions, whose use can improve their competitiveness in the market of educational services include:

1. Orientation of private higher education institutions to narrow demand. Public education, of course, pays attention to the market and to the demand. But public education as paid and free nevertheless focuses on mass that is standard training. Private education is more independent and flexible. It has the ability to effectively focus on the individual and low income demand for human resources, to pay more attention to specific areas of demand, to consider not only its various aspects, but also the individual tones.

2. Focusing on individual work with students. Private higher education institutions are freer in building the educational process; they can create individual programs. This allows private institutions to apply an individual approach to their students to as talented ones and, as to those whose level of training is below average. After all, public education, occupied with mass training, often ignores the first ones and simply does not consider the second.

In private higher education institutions it is possible to establish special groups for various contingents of students, such as those with insufficient level of training (if such students' income level of parents allows to pay for their individualized training, which will enable them to get full education); who in the future is going to inherit parents' business, or planning to start their own small business. It is possible to offer more intense programs, additional courses, and classes in their spare time for gifted students.

3. Greater opportunities for education of comprehensively advanced people. Paid education and orientation to the appropriate contingent of students gives the educational institution great opportunities. For instance, higher education institutions may offer classes in elite sports, music, art, rules of etiquette, in-depth study of foreign languages (not necessarily international), and so on. In addition, private higher education institutions have more opportunities to take into account the wishes of certain ethnic groups, religious settings of parents and so on.

4. Development and use of flexible schedules for students who found employment in the specialty (i.e. not earlier than after five semesters), had a baby, but do not want to transfer to the distance education or to take sabbatical leave. Still high standard of requirements for knowledge of such students should be kept; the composition of academic groups may be unstable.

5. Ability to more effectively organize practical training (academic, industrial-technological, pre-diploma) of students. Most public higher education institutions do not offer students a place of practical training. Practice manager of the company, without having financial rewards for his/her work with the student, is not interested in effectively carrying out the role of mentor, adviser and, in the best case, limits his activity to providing material for student's report. Private higher education institutions have wider possibilities to establish long-term contacts with enterprises and organizations, to pay for the work of practice manager of the enterprise, to monitor student's work in the enterprise, which should improve its passing.

6. Ability to abandon the ideological settings of the state. With no ideology private higher education institutions can invite as representatives of different parties, as scientists-carriers of different conceptual visions of this or that field of science to speak to their students.

7. In private higher education it is easier to try new teaching methods, new applications, new subjects and specialties. In this regard, private higher education institutions become a testing ground for various experiments (for example, the famous case-method appeared in the

Harvard University). For innovation public higher education institutions need a long time because their initiatives are considered, agreed and approved in many regional and state bureaucracies. Private higher education institutions are more flexible and quicker for such decisions.

8. Private higher education institutions are attractive for faculty who are willing to experiment, to seek new approaches to teaching, to change the content of the subjects. Work in private educational institutions is usually more highly paid and more flexible, because teachers can focus all their energy on teaching and scientific work and not to seek additional sources of income.

We agree with I. Ilyinsky, who upholds the principle of "rescue of the drowning is in the hands of the drowning". He defends the idea that attention and support from the state and society need only those private higher education institutions which have proven worthy in the education market and were able to confidently stand on their feet. Instead, helping outsiders is impractical: "Let them firstly help themselves... Let them prove that their intentions are real. Let them prove that they are capable and are strong enough to carry them out" [4]. This approach is a market approach, because under the conditions of competition the strongest "survive".

At the beginning of 2007/08 academic year in Ukraine operated 202 privately owned higher education institutions, out of them - 42 universities, 9 - academies, 80 – institutions, 71 - technical schools and colleges [8]. A significant number of private universities highlight the scientific component of their activities, their material, technical and personnel security's base.

The contribution of private higher education institutions in the development of the education system (as of 2010) [7]:

- created thousands of workplaces (in private higher education institutions the total number of core staff is about 25 thousand people, including doctors of sciences 14.5%, Ph.D.s - 70%.);
- provided an opportunity for tens of thousands of young people to get education, particularly in new specializations. In the higher education institutions of private ownership as of 2010 426,000 students are enrolled (in private higher education institutions 14% of all students in Ukraine are enrolled, that is every seventh student);
- in 199 universities in private ownership more than 10 doctoral dissertations and more than 100 candidate (Ph.D.) dissertations were defended in the last three years;
- private universities paid about 15-17 millions UAH of wages monthly; from this amount they paid more than 2 million UAH of income tax and 6 million UAH of other taxes and fees;
- except for teaching staff the private sector employs about 17 thousand employees: managers, accountants, financiers, lawyers, business managers, maintenance staff.
- private universities annually prepare 70-100 thousands of specialists;
- for the years of their activities private universities have invested in Ukraine's economy 1.2 billion UAH;
- made a significant contribution in publishing educational and methodological materials for higher education. For the first 10 years of their activity private higher educational institutions prepared and released into the world over 300 titles of textbooks, collections, and methodical materials;
- made a step in the creation of lifelong learning, successfully worked on development of distance learning's mechanisms (for instance, distance learning technology has been successfully implemented already for several years in Kharkiv Humanitarian-Technical Institute, in European University);
- for a quite short period gained considerable experience of computerization of the whole educational process.

- have gained experience of individualization of students' education, along with traditional commonly used new forms of training (training methods, teaching author's courses, workshops, role-playing and business are used; the introduction of flexible pedagogical techniques and individual lessons).

Employers point out that private higher educational institutions are ideal for getting second higher education [2, p. 51]. But there are also major shortcomings in the functioning of private higher educational institutions; they are not so unambiguous and include:

- payment for educational services and, therefore, the inability (or constraints) of educational use of material incentives;
- difficulties in the employment of graduates because employers are wary of the newly established educational institutions, especially if they operate on a commercial basis;
- specificity of the psychological mood of students (all is paid, you can rest);
- low level of base preparation of many entrants;
- significant psychological and physical burden on the university's management who has to solve a wide range of issues. The main one is the need to form model of collective organization in the collective that would best meet the nature of the institution of such kind;
- small number of staff, the need to attract part-time workers, which increases the burden on the payroll;
- problems of conducting researches.

Concerning the latter, there are private higher educational institutions which are successfully engaged in scientific activities. The distinctive features of scientific work in private higher educational institutions are the conclusion of various agreements on scientific-technical and creative collaboration with academic research institutions, governance structures, creation of scientific, educational and industrial complexes, laboratories [5]. Conferences on the problems of education are regularly organized (Vinnitsa Finance and Economics University, Donetsk Institute of Social Education, European University, Kharkov Institute of Economy and Market Relations Management) [3].

We assume that one of the reasons of the poor level of scientific activity of private universities is ignoring this important component by public universities, especially by classical universities. Private universities must understand that it is not enough to obtain a state license and have a set of students. The affiliation to the sphere of higher education requires active conduction of scientific activities.

There were many state audits of private universities in 2010. As a result of these audits number of private higher educational institutions lost their license. Among the most common deficiencies were indicated the following:

1. Some private universities do not comply with licensing requirements, or work without a license at all.
2. Organization of educational process does not always meet modern requirements of high school.
3. Do not always have the opportunity to ensure human resources, mainly through regional features. A lot of lecturers work part-time, and, therefore, they do not have interest in using their authoring.
4. Material and technical base sometimes fails against any criticism; there are not enough teaching areas and those that are there often rented without sufficient guarantees and are difficult to adapt to the learning process; not always there are libraries, reading rooms, computer networks, medical points, and dining room etc., without which it is impossible to imagine the normal functioning of the institution.
5. Most private universities are not enough purposefully engaged in research work, and if it is done, then at a low, primitive level.
6. Occasionally engaged in educational work.

7. Positive side is that computer skills and modern information technologies have become a mandatory requirement for applicants to the private university put in unequal conditions children from urban and rural areas.

Analyzing the experience of private higher educational institutions' activities, they are divided into three groups [1].

1. Innovative universities that have proved worthy of the education market, have a steady replenishment of applicants and work on the development of national system of education. These universities are active and productive in research work, especially in the educational field. (The total number of such private universities is not more than 20% of the total number of higher educational institutions). These include The Interregional Academy of Personnel Management, Kharkiv University of Humanities “People’s Ukrainian Academy”, Graduate School of Business - Institute of Economics and Management (Alchevsk city), Nikopol Institute of Management, Business and Law, Dnipropetrovs’k University of Management, Business and Law. These universities are characterized by extensive infrastructure, existence of their own modern computer database, and powerful libraries.

2. Higher educational institutions that received the license for educational activity and even accreditation. However, their situation is not yet stable and in the pursuit of funding sources they sometimes implied violations of licensing conditions, making business activities not related to education. Majority of these higher educational institutions in the foreseeable future will be able to fill up the first group, if consistently accept the rules offered by the Ministry of Education and Science, Youth and Sports of Ukraine and the Association of educational institutions of private ownership.

3. Higher educational institutions that have come to the market of educational services for the sake of “making money”. These higher educational institutions are characterized by persistent advertising and unrestrained distribution of promises to teach everything and in the short term. (Their share in the market of educational services according to various estimates reaches 40%). Such clearly commercial activity is characteristic of young “neglected” market of educational services.

The main directions of improving the operation of private higher educational institutions in Ukraine include:

- finding a niche in market of educational services, where private higher educational institutions may be more effective and invoked;
- formation in the public consciousness a positive image of private higher educational institutions, but based on real data by means of systematic information about the valuable work they are doing and about improvements in their activities;
- strengthening the legal framework of private education, enhancing its legal protection, involvement of private higher educational institutions to the legislative process;
- overcoming the existing gap in the quality of educational services in non-state higher educational institutions in major cities and regions;
- establishing a new paradigm of self-government of all non-public education.

In economically developed countries all higher educational institutions, regardless of ownership, operate and are funded within a single educational space of the country; they claim the state order concerning training practically on the same principles. And this is despite the fact that public and private higher educational institutions objectively function as quite different models of education and form of ownership with different structure and management system. The state should approach the regulation of non-state educational institutions not on the basis of ownership, but on the basis of the quality of services provided by them.

The state must protect its citizens from abuses in the sphere of private education, primarily by creating an effective legal framework. To ensure the quality of training the state should support the policy of accreditation of private higher educational institutions and certification of training programs by approving them with the level of national standards.

Private higher educational institutions operate based on the same principles as other business structures: economic independence, self-financing and self-support. They are inherent in such business signs as riskiness, initiative, and innovation as a condition to ensure competitiveness and development. Because of the aforementioned it can be argued that the operation of private higher educational institutions is one of the areas of entrepreneurship in education. The consequence of the freedom of their activities can be both successes and failures; the latter depends solely on them. As for policy, private higher educational institutions build it relying on their own strengths, cultivating entrepreneurial spirit and such type of internal organizational relations, characterized by trust, understanding, responsibility, clarity, performance, and discipline.

The current stage of development of Ukrainian private higher educational institutions can be characterized as a "time of "break" between non-state higher educational institutions: the separation of good from bad, important from the unimportant, best of backward, honest from dishonest".

Conclusions

Thus, despite the prejudice and difficulties, private higher education sector in Ukraine took place. However, today is the process of serious theoretical understanding of private education as a new social phenomenon. The emergence of private higher educational institutions is an objective and logical process for a country on the path of building a market economy. Basic foundations of the market - freedom and private property are deep and fundamental reasons for private education's emergence; the role of other factors is secondary. Given the irreversibility of market transformations in Ukraine and public opinion, it is logical to assume that in the next decade the sector of private higher education will remain as more flexible shell of powerful state's nuclei, which are public universities. Further "fate" of private higher educational institutions will depend on many factors, but the key one among them is the efficiency of their operation.

References

1. Астахова К. Сучасний стан та тенденції розвитку приватної освіти в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.vistnyk.iatp.org.ua>.
2. Верхоглядова Н.І. і ін. Економічний вимір конкурентоспроможності вищої освіти: Монографія. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2005. — 172с.
3. Забезпечення якості вищої освіти – важлива умова інноваційного розвитку держави і суспільства. Матеріали до доповіді міністра освіти і науки С.Ніколаєнка на підсумковій колегії МОН України 1-2 березня 2007 р., м.Харків / Освіта України (Спецвипуск). – 2007– № 16-17. – С.2-20.
4. Ильинский И. Негосударственные вузы: кризис идентичности и пути его преодоления / И. Ильинский // Альма Матер (Вестник высшей школы). – 2010. – №7. – С. 3–12.
5. Корольов Б. Приватна вища школа на шляху інновацій / Борис Корольов // Вища освіта України. – 2006. – №1. – С.18–21.
6. Куриляк В. Україна в системі нової економіки та глобалізації освіти / Віталіна Куриляк // Вісник ТАНГ. – 2009. – №5/1. – ст.40–41.
7. Щокін Р. Що дає недержавна освіта державі і кому вона заважає // Персонал плюс. – 2011. – № 40 від 5-11 жовтня – С. 4.
8. Ямковий В.А. Ранжування університетів – крок до відкритості та прозорості вищої освіти. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.mon.gov.ua>.

Stsiban Olena

PhD candidate

*The National Academy of Public Administration,
the President of Ukraine (Ukraine)*

ROLE OF THE STATE IN THE PROVISION OF LIFELONG EDUCATION SYSTEM WITH PREDICTABLE LABOUR MARKET DYNAMICS

Annotation

System of regulation of “education throughout life” is grounded. Directions of the formation of educational services in Ukraine are defined.

Key words: higher education, the European area, lifelong learning, strategy.

Сцибан Е.Я. Роль государства в обеспечении непрерывной системы образования с предсказуемой динамикой рынка труда

Аннотация

Обоснована система регуляции «образования на протяжении всей жизни». Определены направления формирования образовательных услуг в Украине.

Ключевые слова: высшее образование, Европейское пространство, непрерывное образование, стратегия.

Introduction

The gradual formation of the basic elements of the knowledge economy actualizes the problem of forming a system of continuous education. Ability to continuing education and to obtaining new knowledge is the most important indicator of the competitiveness of the individual in the labor market. In the European context, the concept of education throughout life involves the formation of a society that learns. Education throughout life (lifelong learning) on the mass level is one of the priorities of the European education policy.

Analysis of recent research

Certain attention to the problems of state regulation of education in the overall context of the knowledge economy was paid by well-known scientists G. Becker, E. Bowen, E. Denison, J. Kendrick, J. Minser, and T. Schultz. In the works of local scientists L. I. Antoshkina, T. N. Boholib, A. I. Butenko, V. A. Visyashev, V. V. Geyts, O. A. Hrishnova, B. M. Danylyshyn, G. A. Dmytrenko, T. A. Zayets, S. N. Zlupko, I. S. Kalenyuk, O. A. Kratt, V. G. Kremin, V. I. Kutsenko, L. K. Semiv, A. P. Sologub, D. M. Stechenko, L. A. Jankowski and others specific organizational and economic problems faced by the system of higher education are highlighted. However, market conditions of higher education’s functioning require the elaboration of new mechanisms of state regulatory activities in the sphere of its management.

Statement of research objectives

- to justify the system of regulation “education throughout life”;
- to identify directions of formation of educational services in Ukraine.

Results

The EU documents related to the issue of the development of the European education and creation of a “Europe of knowledge” tell about the system of continuous education [2, p. 26]. Final communiqué of the meeting of observers on the Bologna process in Prague in 2001 stressed the importance of lifelong learning as a basic element of the European area of higher educational [8, p. 23]. The document of the European Commission gives the following definition of the term “lifelong learning”: “All activities of education, carried out during life, in order to improve knowledge, skills and competencies in the interest of personal, civic and social development, and / or to get a job” [8, p. 13].

In countries where there is the highest level of modern technological lifestyles, for example, in the U.S.A. up to 60% of the adult population studies, and in Germany - up to 40%

[7, p. 22]. In other words, education throughout life is the requirement of development of higher technological structures of knowledge economy's formation.

If obtaining the higher education can be regarded as a powerful instrument of long-term strategy of personnel training and human resources development, the diversity of programs of lifelong education (formal and informal structures of education and training) is an instrument of solving short-term objectives, which make rapid "adjustment" of qualifications to changing conditions of labor market. The criteria for the functioning of each subsystem are the maximum competitiveness of personnel and their compliance with the requirements of the labor market.

The education and training is called the primary, when the person receives it before entering labor market. The education received during working life is the education of the adult population. It can be agreed that the line between these two components is determined by the start of employment rather than age of the person and duration of education [1, p. 17]. So when we are talking about education throughout life, it is advisable to use the term of "the adult population education" or in case of getting the second higher education – "postgraduate education".

Given that education is the most important factor in augmenting human capital, education of the adult population should be seen at the state level as a defining social institution. The activity of this institute provides addressing important social, economic, political, educational, moral and educational problems of modern society.

Postgraduate education in the modern world is seen as the most important component of the system of lifelong learning that allows each individual to gain a new level of competence to carry out constant creative renewal, development and improvement throughout life.

According to paragraph 1 of Article 10 of the Law of Ukraine "On higher education" postgraduate education is a specialized improvement of education and professional training of individual by strengthening, expanding and updating his/her professional knowledge, skills and abilities or getting another specialty based on previously acquired education and qualification level and practical experience. Postgraduate education creates conditions for continuity and succession of professional growth and includes:

- retraining - getting another specialty based on previously acquired education and qualification level and practical experience;
- specialization - the acquisition of abilities by a person to perform certain tasks and responsibilities that have peculiarities within the specialty;
- expansion of profile (qualification upgrading) - the acquisition of abilities by a person to perform additional tasks and responsibilities within the specialty;
- internship - gaining experience by a person in fulfillment of tasks and responsibilities of a certain specialty.

A person, who has been retraining and successfully passed the state certification, receives appropriate document on higher education. A person who has successfully passed the internship or specialization or broadened profile (raised qualification) receives the appropriate document on postgraduate education [8, p. 11].

Postgraduate education is carried out by higher educational institutions of postgraduate education or by structural units of higher educational institutions of the appropriate level of accreditation, including on the basis of concluded agreements.

According to paragraph 1 of Article 48 of the Law of Ukraine "On Education" the institutions of post-graduate education, in particular, include:

- academies, institutes (centers) of training, retraining and development; educational and course complexes;
- higher educational institutions units (affiliates, departments, branches, etc.).

More than 30 thousand of specialists with higher education exercise retraining (rehabilitation) and about 300 thousand of specialists - qualification upgrading in 562 institutions and departments of postgraduate education in Ukraine every year [4, p. 69].

Special attention is given to postgraduate education in high school activities. It is recognized that state policy in the field of postgraduate education is practically nonexistent. In this regard, there is an urgent need in creation of independent system of postgraduate education and to identify promising directions for its development.

The structure of educational institutions of postgraduate education has changed recently. Over 200 of them operate in the higher educational institutions. The number of small educational institutions and departments of postgraduate education has decreased, which contributes to improving both human resources and educational and methodological support of the system of postgraduate education.

There are no statistics on how many people have two (or more) higher educations. Second higher education is paid, as citizens of Ukraine have the right to receive higher education free of charge in state and municipal higher educational institutions if the citizen gets certain education and qualification level for the first time (Article 4 of the Law "On higher education"). Higher educational institutions can provide second higher education only if they have a license for this type of educational activity. Postgraduate higher educational institutions (universities and institutes) that have received license and have opened faculties or departments of a second education, also operate in Ukraine. They carry out education and professional program, pass the state certification. They have different terms of learning, content and programs. People get second higher education at the expense of legal and physical entities; there are few cases when the state pays for education. Person may study on state money, especially in case he/she lost his/her job and was registered in the employment center.

It may be considered that the choice of specialty for the second higher education is determined by the situation on the regional labor market. And if the economic and legal specialties were popular by 2005, today there is a growing interest in engineering specialties and specialties of information and computer technology. Popularity of humanitarian specialties, including psychology, sociology tends to decrease. Thus, many graduates want to become engineers and metallurgists in Dnipropetrovs'k, engineers of coal industry – in Donetsk. Most relevant professions for Kyiv are related to computer technologies. Among people, who wish to obtain second higher education, the most numerous group can be identified. It is the heads of different levels. For example, education in the Central institute of postgraduate education was established particularly for training the heads of educational institutions, heads of educational institutions of different types [6, p. 255].

Education of the adult population, on the one hand, poses range of serious tasks to the educational institutions, and, on the other hand, - opens broad possibilities to enhance business functions of universities. Business in the educational sphere of the adult population higher educational institutions can implement within the traditional postgraduate education in the following areas:

- providing the second higher education;
- working with corporate customers;
- working with individuals.

To resolve problems that occur in the system of postgraduate education it is needed to create in each industry a clear system of postgraduate education with an adequate system of management and coordination, scientific and methodological support, normative and legal and material and technical support. That is why the state should ensure elaboration of normative and sub normative regulations that would combine the system of continuous education with predictable dynamics of the labor market.

In Ukraine lifelong learning should primarily help citizens to adapt to changes in the economy and society, to promote the development of innovative culture. After all, the main

part of the working population received education in entirely different economic system. Not all people (especially 35-45-year old) could adapt to new conditions. This is a significant cause of unemployment. The inclusion of these people in economic activity is possible only with additional training, training or retraining. State should take measures to increase access to education for the economically active population, to form a system of training, courses that will orientate professionals to start their own business, to self-employment.

Business education was formed in Ukraine as a separate field of educational services, as an educational activity on a paid basis for the preparation of specialists and heads of companies in business administration. Getting an MBA degree can be considered as particular case of investment in human capital.

The emergence of business education was a response to the challenges of the market environment, which was dynamically developing. In the early 90's economic departments of the existing higher educational institutions have begun to prepare students with a focus on new business relationships. However, a new unfilled niche appeared on the education market, which experienced a period of formation. There is the need in prompt and quality training for practicing managers, capable of quick adaptation to market conditions and effective actions in the business environment. This applied primarily to people who have already had higher education and some experience of management, but their professional skills as well as worldview were formed during the administrative economy. They needed more than others knowledge and skills of doing business in the new conditions, and were ready to pay for their reception. Accordingly this market niche could not remain empty, especially because the global practice has developed an effective mechanism for preparation of managers to market economy – it is a business education.

The main objectives of business education lie in the transfer of professional knowledge about the market, in development of abilities and entrepreneurial skills, in formation of personal qualities, life attitude and worldview of managers. Relevance of business education has led to the formation of a new type of schools – business schools. These educational institutions offer educational services in the field of business administration (MBA), organization and management of production in all areas. Training programs of such schools are focused on practical aspects of management and to a lesser extent they are focused on theoretical knowledge. The path to success of any companies and organizations in their economic development lies through modern business education. As one British expert mentioned “MBA is a door that should be opened today to get into the future of management” [5, p. 78].

We agree with the opinion of V.Zabolotniy that the MBA program is a postgraduate level of business education in the field of general management and business administration, which should provide preparation of highly qualified managers, personal development of students, career development and meet the high intellectual and academic standards of higher education [3, p. 28]. However, in a knowledge economy, in our view, the attention should be made on learning technologies of gaining and increasing new knowledge and its application in practice.

The development of business education in Ukraine was due to the following circumstances:

- the necessity to meet the needs of enterprises and organizations of different forms of ownership in educational services of a high quality needed to managers and entrepreneurs who are oriented towards personal initiative, market conditions of management;
- backlog of system of higher education from rapid pace of development of business environment because of its inherent fundamentality and certain inertia;
- strengthening a pragmatic approach to education on the part of students;
- the need for regular updating of knowledge and improving skills of specialists almost in all areas, managers at various levels and sectors of entrepreneurship;

- the need to realistically see one or another theoretical aspect in action that is necessary to gain good practical skills, which are often required during the selection of staff;
- not all aspects of doing business that are included in the process of economic activities of enterprises in the real environment, are developed in the system of academic education in the framework of this or that discipline;
- the necessity of education of people in the spirit of entrepreneurship and innovation;
- the necessity of mastering of new forms and methods of training focused on development of leadership skills;
- the need to provide students and specialists with the most advanced information for successful employment or for the improvement of adaptability.

The main criterion of business schools' success is career and financial successes of their graduates. The source, which determines the required level of fundamentality of training, is not so much educational institution, but the real consumer of educational services. Business education provides unique opportunities to develop leadership skills, intuitive sense of the situation, the ability to find solutions in all, at first glance, hopeless situations.

Currently Ukraine has rather broad offer of business education of variety of author programs and trainings. However, MBA degree in its classical (closest to Western standards and national features) versions provide: International Management Institute (IMI), Kyiv; International Institute of Business (IIB), Kyiv; "Kyiv-Mohyla Business School" (KMBS); Lviv Institute of Management (LIM); Dnepropetrovsk University of Economics and Law (DUEL).

According to many experts, understanding and vision of business education begins with understanding of its differences from the economic education. This difference is a condition of strengthening the status of business education in our society.

In contrast to economic education, which provides an understanding of the laws of management, business education produces skills and creates the desire to gain profit within a particular economic activity. The main characteristics of business education that distinguish it from economic education are determined the following:

- applied aspect of business education - emphasis on the practical application of acquired knowledge;
- postgraduate level: business education can be regarded as a segment of adult education;
- non-state character (private ownership, non-state funding sources);
- the most globalized sector of education;
- the most highly profitable form of educational activity;
- focus on the practical needs of business environment.

The disadvantages of Ukrainian business schools may be considered the following:

- lack of foreigners in the groups, which eliminates the possibility of Ukrainian students to make new useful contacts, to share career and cultural experience of doing business in different countries;
- culture of attracting highly qualified practicing lecturers, business analysts and experts have not yet been formed;
- high cost of education, which often can not be afforded by Ukrainians, and undeveloped system of crediting the education;
- low level of competition for admission; entrance tests do not pursue goals to "filter out" someone from potential students;
- no accreditation in majority of business schools.

State regulation makes little impact on business education, as on the segment of education market. The main disadvantage of Ukrainian MBA programs is no recognition of their diplomas not only outside of Ukraine, but also inside the country. In Ukraine, it is

impossible to accredit the MBA-program in the State Accreditation Commission, because it is not in the state register of educational programs.

Training of economists, managers, marketers in the system of business education can be an alternative to their preparation in higher educational institutions. If a person with basic technical and liberal education will be able to get, if needed, the necessary knowledge and skills in business school, he/she will not go to study to be an economist or manager, knowing the substantial excess of such specialists in the labor market. This way business schools will be able to “unload” economic departments of higher educational institutions, which are accused of “overproduction” of specialists in economic specialties.

Institutions for business education should offer to the different categories of professionals the most comprehensive range of services, programs from the classic four or five years of higher education to two-week training courses in a particular subject.

Foreign experience and the importance of business education for the successful development of market relations show the need to include the following components in business education: undergraduate programs; postgraduate education with MBA degree; postgraduate education without a degree: trainings and short-term programs. All three areas are important and require development. Thus, if trainings and courses have a greater effect in the short term, the MBA and BA programs will have a greater effect in the longer term.

Training is one of the types of educational services provided by business schools. The words of Chinese philosopher Chuang Tzu can serve as the basic principle of training: “Truth must be experienced rather than described”. Nowadays in developed countries, if there is information about passing professional training, job prospects increase greatly.

In general training is a method of active learning, built on the analysis of business situations which “students” immediately reproduce and “solve”. Trainings are organized primarily for entrepreneurs or employees of companies on demand and last from 1-2 days to a week; classes are conducted with several participants at once (anonymity is provided optionally).

The trainings aimed at the product promotions, successful presentation, as well as related to marketing and sales are the most common today. Such trainings have too narrow focus, aimed at activities that are specifically targeted for maximizing profits. We consider it reasonable to conduct trainings (even with the creation of specialized training centers) for students and university graduates, civil servants, employees of services sphere.

Training programs are formed, focusing on the needs of the target group of students through questionnaires, market research and more. Training programs for these or other subjects are formed in accordance with them. These programs should be based on deep theoretical aspects and integrate them into current practical situations. It is advisable to invite qualified specialists in the specific field, lecturers-trainers for conducting trainings.

Training can be a kind of educational services provided by higher educational institutions (or institutions of post-graduate education) on a paid basis. They must pass the accreditation, but not the state one, but the accreditation of employers’ associations. The problem of attracting highly qualified teachers (trainers), who can be as university professors as well as invited lecturers from the outside the university, is the problem with which the higher educational institutions may face in carrying out such trainings. The state must establish a system of certificates issued to graduates, who passed the system of training and mastered certain competencies.

Conclusions

So, sector of educational services related to post-graduate education is perspective in a society based on knowledge. However, it has not yet sufficiently developed in both quantitative and qualitative aspects in the regions, and in Ukraine in general. Most of higher educational institutions of fourth level of accreditation in the regions in response to growing demand on this segment of the education market have created departments of postgraduate education.

However, in order to increase the effectiveness of postgraduate education, to make it an instrument of increasing the competitiveness of specialists in the labor market, a set of state measures is required. Lifelong learning should receive recognition as one of the principal components of the Strategy for the development of education in the future.

References

1. Грішнова О. Освіта — головний чинник економічного і соціального розвитку України / Грішнова О., Заклекта О. // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – 2003. – №5–2. – С. 17.
2. Животовская И.Г. Европейская система образования в условиях глобализации / И.Г. Животовская // Экономика образования. – 2003. – №4. – С.24–33.
3. Заболотний В. Забезпечення якості програм MBA та бізнес-освіти в Україні / Володимир Заболотний // Синергія. – 2004. – №3 (10). – С. 28.
4. Нянь Кай Лю. Академічний рейтинг університетів світу (Джерело: Higher Education in Europe. – Vol.XXX. – 2005. – №2. Пер. з англ. З.І.Роман) / Нянь Кай Лю, Ін Чень // Вища школа. – 2006. – №5-6. – С.67-77.
5. Обучение и развитие персонала // HRD. Отдел кадров. – 2005. – №2(137). – С.77–79.
6. Олійник С. Два дипломи / Світлана Олійник // Експрес. –2006. – №103(2954). – С.7.
7. Рудь Н.Т. Формування інноваційно-освітнього середовища у ВНЗ / Рудь Н.Т. // Зб. наук. праць НАНУ ІРД. – 2006. – Вип. 2 (58). – С.255.
8. Тимошенко З.І. Болонський процес в дії: словник-довідник основ. термінів і понять з орг. навч. процесу у вищ. навч. закл./ З.І. Тимошенко, О.І.Тимошенко. – К.: Видавництво Європ. ун-т, 2006. – 39 с.

მენეჯმენტი

ემზარ ჯულაყიძე

*აკაკი წერეთლის სახელმწიფო უნივერსიტეტი,
ეკონომიკის აკად. დოქტორი, ასოც. პროფესორი*

**პერსონალის მოტივაცია – კონკურენციაში წარმატების
პირველადი წყარო**

კონკურენციაში წარმატების ინდიკატორი არის ორგანიზაციის ის კონკრეტული მაჩვენებელი, რომელიც მას მეტოქეებთან მიმართებაში პრივილეგირებულ მდგომარეობას უქმნის ბაზარზე. სხვადასხვა ინდუსტრიებში (ერთნაირი და მსგავსი პროდუქციის მწარმოებელი ფირმები) წარმატების ინდიკატორი შეიძლება სხვადასხვა იყოს. ერთისთვის იგი პროდუქციის დაბალ ხარჯებზე ორიენტირებული წარმოებაა, მეორისათვის - ადგილმდებარება, მესამისათვის - საუკეთესო საწარმოო სიმძლავრეები, მეოთხისათვის - გამოცდილებაზე ორიენტაცია და ა. შ. აღსანიშნავია ასევე, რომ თითოეულ ინდუსტრიას შესაძლებელია ერთი ან რამდენიმე წარმატების ინდიკატორი გააჩნდეს. შესაბამისად, მენეჯერთა მცდელობა დაფუძნებულია სწორედ ინდუსტრიაში წარმატების ინდიკატორის გამოცნობაზე, თუ რა მაჩვენებელი განაპირობებს ინდუსტრიაში წარმატების მოპოვებას და რა უნდა გაეაკეთოს იმისთვის, რომ წარმატების ინდიკატორის ყველაზე საუკეთესო მაჩვენებელი გააჩნდეს ჩვენს ორგანიზაციას.

ინდუსტრიაში წარმატების ინდიკატორის გამოცნობა შედარებით იოლია. მისი დადგენა შესაძლებელია ძლიერ კონკურენტებზე გარეგანი დაკვირვებით. რატომ აქვთ მათ უკეთესი პოზიციები ბაზარზე? რატომ იყიდება მათი პროდუქცია ჩვენზე სწრაფად? რა ფაქტორები განაპირობებს იმას, რომ ისინი ჩვენზე უკეთეს პირობებში იმყოფებიან? ზოგადად, მსოფლიო გამოცდილებით ცნობილია, რომ ნებისმიერ ინდუსტრიაში ბიზნესის წარმატების ფაქტორს, ანუ კონკურენტულ უპირატესობას წარმოადგენს: დაბალ ხარჯებზე ორიენტირებული ლიდერობა ინდუსტრიაში; დიფერენცირებული პროდუქციით ლიდერობა ინდუსტრიაში ან/და ბაზრის ვიწრო სეგმენტზე ფოკუსირება – ლიდერობა. მაგრამ ბევრად რთულია დავადგინოთ თუ რა წყაროებს ეყრდნობა მათი ასეთი უპირატესობა.

ინდუსტრიაში კონკურენტული უპირატესობის მიღწევის მრავალი წყარო არსებობს, როგორცაა: მაღალხარისხიანი პროდუქციის წარმოება, უმაღლესი სამომხმარებლო სერვისის შეთავაზება, კონკურენტებზე ნაკლები დანახარჯების მიღწევა, მოსახერხებელი გეოგრაფიული ადგილმდებარეობა, პროდუქციის უკეთესი დიზაინი, ორგანიზაციის უკეთესი იმიჯის შექმნა და მრავალი სხვა. მათ შორის, ჩვენი აზრით, ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი არის პერსონალის მოტივაცია. უფრო მეტიც, კონკურენტული უპირატესობის მიღწევის უმეტესი წყაროები აზრს კარგავს თუ პერსონალი სათანადოდ არ არის მოტივირებული. სწორედ ამიტომ არის პერსონალის მოტივაცია კონკურენციაში წარმატების პირველადი წყარო.

დღეს არსებულ აგრესიულ ბიზნესგარემოში, როდესაც ტექნოლოგიების განვითარების დონე კომპანიებს აძლევს იმის საშუალებას, რომ მოკლე ვადებში გაიმეორონ „გუშინდელი“ ინოვაცია, საიმედო კონკურენტული უპირატესობის მიღწევა შესაძლებელია მხოლოდ პერსონალის ეფექტური მოტივაციის საფუძველზე. მის წარმატებულ მართვაზე დამოკიდებული ნებისმიერი ორგანიზაციის კონკურენტული უპირატესობის მიღწევა და განვითარება. თუ უკანასკნელი ათწლეულების მანძილზე საწარმოო რესურსების ტრიადაში (ადამიანური, მატერიალური და ფინანსური რესურსები) ორგანიზაციის სამეწარმეო გარემოს, მისი განვითარება

რების მიზნებისა და ამოცანების შესაბამისად იცვლებოდა თითოეული მათგანის სტრატეგიული მნიშვნელობა, დღეს ორგანიზაციის წარმატების ძირითად წყაროდ სწორედ ადამიანური რესურსების შესაძლებლობებია მიჩნეული.

საწარმოო პერსონალის ეფექტურ გამოყენებაზე აქცენტის გადატანას განაპირობებს ის გარემოებაც, რომ, როგორც ცნობილია, ეკონომიკური სისტემის ყველა რესურსის საერთო თავისებურებებთან (შეზღუდული რაოდენობით არსებობა, ცვეთა და განახლების აუცილებლობა) ერთად, ადამიანური რესურსები გამოირჩევა მთელი რიგი მისთვის დამახასიათებელი სპეციფიკური თავისებურებებით, რითაც ფაქტობრივად გამოიხატება მისი განსაკუთრებული ადგილი და როლი ეკონომიკურ სისტემაში. მანქანებისა და ნედლეულისაგან განსხვავებით, ადამიანი არის პიროვნება, რაც ყველაზე უმთავრესია, რომელსაც ინტელექტი და ემოცია ახასიათებს. ამ სახის რესურსის პროდუქტიულობას საზღვარი არ აქვს, ამიტომ სწორედ მასშია ყველაზე დიდი რეზერვი ორგანიზაციის ეფექტურობის ამაღლებისა და მისი კონკურენტუნარიანობის მიღწევისათვის. უფრო მეტიც, ტექნოლოგიური და ორგანიზაციული სიახლეების დანერგვას მხოლოდ იმ შემთხვევაში მოაქვს სასურველი შედეგი, თუ არსებული სიახლე ინტეგრირებული და კოორდინირებულია პერსონალის მოტივაციასთან.

ორგანიზაციის პერსონალის მართვისას ყველას და განსაკუთრებით კი მენეჯერებს მუდამ უნდა ახსოვდეთ, რომ ადამიანების მართვა შეუძლებელია განხორციელდეს სტანდარტული მეთოდებით, რეცეპტებით, რომ ესა თუ ის საქმე “მხოლოდ ასე უნდა გაკეთდეს”. შესაბამისად, არ შეიძლება არსებობდეს “სტანდარტული ადამიანი”, სწორედ ამიტომ ადამიანთა მართვა ხელოვნებაა, რომელიც არა მხოლოდ მათ ფუნქციურ ვალდებულებებსა და უფლებამოსილებებს, არამედ მათ გრძნობებს, განწყობას, სულიერებას და სხვა პიროვნულ მახასიათებლებსაც უკავშირდება. ეს თავისებურებები აუცილებელია სათანადოდ იქნეს გათვალისწინებული პერსონალის მართვის სტრატეგიის შემუშავებისას და გამოყენებული იქნეს მისი რეალიზების პროცესში.

დასავლეთში საკმაოდ გავრცელებულია ე.წ. „ადამიანური კაპიტალის თეორია“. ამ თეორიის მიხედვით, მომუშავეთა ცოდნა და კვალიფიკაცია მიჩნეულია მათი ორგანიზაციის კუთვნილებად, რომელსაც მოაქვს შემოსავალი. ამ ცოდნის მიღებაზე გაწეული დრო და დანახარჯები (პერსონალის მოზიდვაზე, შერჩევაზე, ადაპტაციაზე, ტრენინგზე, ატესტაციაზე, შრომის პირობების გაუმჯობესებაზე და ა.შ. გაწეული ხარჯები) მიჩნეულია ინვესტიციებად. აქ ადამიანურ კაპიტალში დაბანდობათა აღრიცხვის ორი მოდელი არსებობს: აქტივების მოდელი, როცა ხდება ადამიანურ კაპიტალში დანახარჯების აღრიცხვა და სარგებლიანობის მოდელი, როცა ხდება ასეთი დანახარჯების ეფექტიანობის შეფასება.

უნდა ითქვას, რომ ადამიანური რესურსების განვითარებაში დაბანდებული კაპიტალი ერთ-ერთი ძვირადღირებული ინვესტიციაა, მაგრამ, როგორც მსოფლიოს მოწინავე ქვეყნების გამოცდილება ადასტურებს, ეს, ამავდროულად, ყველაზე ეფექტიანი და მომგებიანი ინვესტიციაა. აქსიომაა, რომ ყოველი ორგანიზაციის მიერ თავისი მიზნებისა და ამოცანების განხორციელებაში, ადამიანური რესურსების განვითარებასთან დაკავშირებულ სხვა ფაქტორებთან (პროფესიონალიზმი, კვალიფიკაცია, გამოცდილება) ერთად, გადამწყვეტ როლს ამ მიზნებისა და ამოცანების შემსრულებელი ადამიანების მოტივაცია თამაშობს.

იმის მიუხედავად, რომ დასავლეთში (და არა მარტო დასავლეთის ქვეყნებში) ადამიანის ფაქტორს ძალზე დიდ ყურადღებას აქცევენ, ამ ქვეყნების სასწავლო და სამეცნიერო ლიტერატურაში მაინც შეხვდებით ჩანაწერებს, რომ ადამიანები მათი ყველაზე მნიშვნელოვანი რესურსია, მაგრამ ეს სფერო ყველაზე უფრო ნაკლებად აქვთ ხოლმე განვითარებული, ვიდრე, მაგალითად, ფინანსების, წარმოების, მარკეტინგის, მატერიალური რესურსებით მომარაგების მენეჯმენტი. ქართულ

სინამდვილეში, ამ მხრივ, ჯერ მხოლოდ პირველი ნაბიჯები იდგმება, ისიც ეკონომიკის განვითარების, შრომის ანაზღაურების, ადამიანთა დასაქმებისა და ცხოვრების დონის ძალზე ცუდ ფონზე. მიუხედავად ამისა, როცა ორგანიზაციის პერსონალის სტრატეგიულ მართვაზე საუბარი, მთელი პრინციპულობით უნდა ითქვას, რომ ამ სფეროში ინვესტიციების შეზღუდვა, ადამიანის ფაქტორის იგნორირება, პერსონალის არასათანადო მოტივაცია და სოციალური დაუცველობა ბუმერანგით უბრუნდება ორგანიზაციის წინსვლასა და მის განვითარებას. აქ მნიშვნელოვანია მენეჯერისაგან ისეთი ატმოსფეროს შექმნა, რომელშიც თითოეული თანამშრომელი შეძლებს თავისუფლად აკეთოს საქმე და რომელიც უზრუნველყოფს მათი იდეების პრაქტიკულ დანერგვას.

სამწუხაროა, მაგრამ დღესაც არცთუ ისე ცოტა ხელმძღვანელი ფიქრობს, რომ საწარმოო პერსონალის წარმატებული საქმიანობის მთავარი და ხშირად ერთადერთი მოტივი მატერიალური დაინტერესებაა. ამ ფაქტორის ძალზე დიდი მნიშვნელობის მიუხედავად, განსაკუთრებით დღევანდელ ქართულ სინამდვილეში, იშვიათი როდია ისეთი შემთხვევები, როცა ადამიანი დიდი მონდომებითა და თავდავიწყებით მუშაობს, თუმცა მას არ აკმაყოფილებს ხელფასის დონე. ასე რომ, ფული ყოველთვის და ყველაფერს არ წყვეტს და ორგანიზაციის წარმატებაც მხოლოდ მას არ უკავშირდება.

წარმატებული მოტივირება ის არის, როცა შრომის შედეგები წარმოქმნის მოტივაციას და არა პირიქით, როგორც ამას აქამდე მივიჩნევდით. სწორედ ასეთი მიდგომით მივალთ მაღალი კულტურის, ღია, თვითსწავლებადი გუნდის ცნებად, რომელშიც მთელი ორგანიზაციის წარმატება პირდაპირ აისახება მასში მომუშავე თანამშრომელთა კეთილდღეობაზე. ამასთან, ორგანიზაციის გუნდური მუშაობა არათუ გამორიცხავს, არამედ სისხლხორცეულად მოიცავს ინდივიდუალურ პირთა მოტივაციას. სწორედ ეს არის მენეჯმენტის ხელოვნება – წაახალისე ინდივიდუალური შემსრულებლები და ამავედროულად შეინარჩუნე მუშა გუნდი.

თანამედროვე მენეჯმენტი მოტივაციას განიხილავს როგორც მენეჯერის უნარს, ისე მართოს გუნდი, რომ თითოეულმა მათგანმა გააკეთოს ის, რაც საჭიროა, როცა საჭიროა და როგორც საჭიროა იმიტომ, რომ ეს თვითონ მას სურს. ამასთან, თუკი ადამიანს საკუთარი საქმე არ უყვარს, იგი მას წარმატებით ვერ შეასრულებს. კონკრეტული მუშაის წარუმატებელ საქმიანობას კი მთლიანი ორგანიზაციის წარუმატებლობაში შეაქვს წვლილი. სწორედ ამიტომ არის რომ თანამედროვე ორგანიზაციები საკუთარ საქმეზე შეყვარებულ თანამშრომელებს ეძებენ და ვაკანსიების განთავსებისას აპლიკანტებს ერთ-ერთ აუცილებელ პირობად თვით-მოტივაციას უყენებენ.

თუმცა, მოტივაცია ამით არ მთავრდება. საჭიროა მისი მუდმივი შენარჩუნება. სწორედ აქ დგება მენეჯმენტის პრობლემა, რომელმაც ხელი უნდა შეუწყობს პერსონალის თვით-მოტივაციის ხანგრძლივ შენარჩუნებას და ამ მოტივაციის ორგანიზაციის მიზნების განხორციელებისაკენ წარმართავს. აღნიშნულთან დაკავშირებით, ყველა დროის ერთ-ერთმა ყველაზე დიდმა მენეჯერმა, ლი იაკოკამ ერთხელ განაცხადა: „მენეჯმენტი სხვა არაფერია, თუ არა ადამიანების მოტივაცია“¹⁵.

მაინც რა განაპირობებს მოტივაციას პერსონალში? ჩვენი აზრით, ორგანიზაციაში პერსონალის მოტივაციას იწვევს შემდეგი ძირითადი ფაქტორები (თუმცა, შესაძლებელია ფანტაზიის კიდევ უფრო გაფართოება და სხვა მრავალი ფაქტორი).

¹⁵ Lee Iacocca. Where have All the Leaders Gone? // RHYTHM journal-журнал РІТМ, 2009 (4), http://www.rhythmjournal.com/folder2009_2/journal_archive/page2009_2_15.pdf, gv. 133.

ტორის მოძიებაც), ამასთან, არა თითოეული ცალ-ცალკე, არამედ ყველა ერთდროულად. ეს ფაქტორებია:

✓ თითოეული ადამიანი უნდა გრძნობდეს, რომ მის შრომას და მონდომებას სათანადოდ აფასებენ და ეს ყველაზე კარგად მის შრომის ანაზღაურებაში გამოიხატება;

✓ დარწმუნებული უნდა ვიყოთ, რომ ხელქვეითზე დაკისრებული მოვალეობა შეესაბამება მის კვალიფიკაციას და ინტერესს აღძრავს მასში;

✓ ორგანიზაციაში უნდა არსებებდეს კარიერული და პროფესიული ზრდის შემდგომი შესაძლებლობა. შესაბამისად, პერსონალის მხრიდან, კვალიფიკაციის ამაღლების სურვილი და ტრენინგები ძალზე მნიშვნელოვან მოტივატორს წარმოადგენს ხელმძღვანელის ხელში;

✓ ყოველ თანამშრომელს უნდა ჰქონდეს საშუალება, მიიღოს მონაწილეობა ორგანიზაციის საქმიანობაში და გამოხატოს აზრი მის შესახებ;

✓ ხელქვეითმა აუცილებლად უნდა იცოდეს, თუ რას ფიქრობენ მასზე და მის მიერ შესრულებული სამუშაოს ხარისხზე. თუ მოგვწონს როგორ მუშაობს იგი, აუცილებლად უნდა შევაქოთ, ხოლო თუკი რაიმე პრეტენზია გვაქვს მასთან, ესეც ვუთხრაოთ, თუმცა მხოლოდ პირად საუბარში და არა საჯაროდ;

✓ ყველა თანამშრომელმა აუცილებლად უნდა იცოდეს თუ რას ემსახურება ორგანიზაცია, რა არის ორგანიზაციის მისია, როგორია მისი მიზნები, ამოცანები და შესრულების სტრატეგია, რომ დაინახოს მტკიცე კავშირი მის საქმიანობასა და ორგანიზაციის სასურველ მდგომარეობას შორის;

✓ არ დაეუპირისპირდეთ ორგანიზაციის არაფორმალურ ჯგუფებს. მეტიც, ხელი შევუწყოთ თანამშრომლებს შორის მეგობრული ურთიერთობის ჩამოყალიბებას. მენეჯერის მხრიდან არაფორმალური ჯგუფებისადმი უარყოფითი განწყობა ისევე მას უშლის ხელს, დაინახოს ის პოტენციური სარგებელი, რომელიც შეიძლება მან მოუტანოს მოცემულ ფორმალურ ორგანიზაციას;

✓ მნიშვნელოვან მოტივატორს წარმოადგენს პერსონალის სოციალური უზრუნველყოფაც. მინიმალური სოციალური გარანტიებიც კი იწვევს თანამშრომელში მოტივაციას, რადგან ადამიანს უნდა სტაბილურობის შეგრძნება, რაც კეთილსინდისიერი მუშაობისკენ უბიძგებს მას.

პერსონალის მოტივაციის აღნიშნული ფაქტორების ერთობლივი მოქმედება ფაქტიურად ქმნის გუნდს, რომელთაც ერთმანეთთან გადაჯაჭვული საერთო მიზნები აკავშირებს. არანაკლებ მნიშვნელოვანი და შეიძლება ითქვას, რომ ყველაზე რთული და შრომატევადი ნაწილი გუნდის მართვაში არის სტრატეგიის რეალიზაციის საკითხი. სტრატეგიის დანერგვის ძირითადი ამოცანა სწორედ ის არის, რომ გუნდი შეიკრას, როგორც ერთი მთლიანი ორგანიზმი. წინააღმდეგ შემთხვევაში სტრატეგიის დანერგვის პროცესი უშედეგო იქნება. მაგალითად, ფეხბურთის კარგი გუნდი არ ნიშნავს მხოლოდ კარგ ფეხბურთელებისგან შემდგარ ნაკრებს. გუნდის თითოეული წევრის მიზანია, თუ რამდენად ძლიერი იქნება ის უშუალოდ გუნდში. რადგან მათი პოპულარობა და წარმატება სწორედ გუნდის წარმატებებს უკავშირდება.

ამასთან, აუცილებელია ვიცოდეთ, რომ არსებობს სხვადასხვა ტიპის გუნდები, რომლებიც განსხვავდებიან, როგორც მიზნების, ასევე სტრატეგიების მხრივაც. თუმცა რა გუნდზეც არ უნდა ვმსჯელობდეთ, მისი წევრები სხვადასხვა, მაგრამ ურთიერთშემავსებელ სტრატეგიებს ასრულებენ. ფაქტიურად, გუნდის სტრატეგია ეს არის მისი თითოეული წევრის სტრატეგიათა ერთობლიობა და გუნდის შედეგი დამოკიდებულია ამ სტრატეგიათა კოორდინაციის ხარისხზე. ამდენად, ეს ორი, გუნდისა და მისი თითოეული წევრის სტრატეგია, ერთმანეთთან ლოგიკურ მთლიანობაში უნდა წარმოვიდგინოთ, რადგან არ

შეიძლება გუნდის სტრატეგია და მისი წევრთა სტრატეგიები ერთმანეთისაგან დამოუკიდებლად არსებობდეს.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ეჯიბაძე ო. მართვის მომავალი, ელექტრონული ჟურნალი, „საზოგადოებრივი მეცნიერებები“, www.education.ge
2. თანამედროვე მენეჯმენტი, თქვენი წარმატების მეგზური, უსინესს Cafe.wordpress.com 2010/02/17
3. ცომაია აკ., სტრატეგიული მენეჯმენტი. ახალი ეკონომიკური სკოლა - საქართველო. <http://www.nesgeorgia.org/publicationsa.php>.
4. ჯულაყიძე ე., ჯულაყიძე შ. ადამიანური რესურსების მენეჯმენტი, ქუთაისი, აწსუ, 2011 წ. -156 გვ.
5. http://www.sapientisat.ge/themes/nikoloz/business/SapientiSat_BJ_2007_N4_June_motivacia_vs_Motivireba.pdf
6. www.sapientisat.ge/index.php?section=24

Julakidze Emzar

Akaki Tsereteli State University

Acad. Doctor of Economics, Ass. Professor

PERSONNEL MOTIVATION- PRIMARY SOURCE OF SUCESS IN COMPETITION Summary

The success indicator in competition is the specific index of organization which makes privileged position to organization in relation with the competitor in the market. It isn't difficult to guess success indicator in industry. It's comparatively difficult to establish what sources their privileges is based on. There are many sources to achieve competitive preference in industry. Though, the most important is personnel motivation, as other sources of achievement of preference lose significance if personnel aren't properly motivated.

Successful motivation is when the results of work make motivation and not to the contrary, as we admitted before. Modern management discusses motivation as a manager's ability to manage team in such manner that each of them to do what is necessary and when it is necessary as he likes it. Many factors make impact on personnel motivation not separately but all of them simultaneously.

ფატი შენგელია
ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი,
ზუგდიდის სასწავლო უნივერსიტეტის
სრული პროფესორი

კომუნიკაციის როლი ორგანიზაციის მართვაში

კომუნიკაციის საკითხი ნებისმიერი ორგანიზაციისთვის სასიცოცხლო მნიშვნელობისაა. მეოცე საუკუნის ამერიკელი სოციოლოგის, ნიკაგოს სოციოლოგიის სკოლის თვალსაჩინო წარმომადგენლის ჩ.კულის განმარტებით:

„კომუნიკაცია არის კაცობრიობის აზროვნების აქტუალიზაციის ერთ-ერთი მთავარი საშუალება“. კომუნიკაცია უმნიშვნელოვანესი ფაქტორია ორგანიზაციის განვითარებისათვის. განსაკუთრებით კი მნიშვნელოვანია კომუნიკაცია მენეჯერებსა და მასზე დაქვემდებარებულებს შორის. ბოლო წლებში, ტექნიკის განვითარების გამო, მენეჯერები იყენებენ კომუნიკაციის სხვადასხვა მეთოდებს. ესენია: სატელეფონო, შეხვედრები, ფორმალური პრეზენტაციები, ტრადიციული ფოსტა, რადიო, ტელევიზია, ელექტრონული ფოსტა, კომპიუტერული კონფერენციები და ვიდეოკონფერენციები და ა.შ. ზოგადად, კომუნიკაციის გარეშე საზოგადოების არსებობა წარმოუდგენელია. საზოგადოება კომუნიკაციის საფუძველზე წარმოქმნილი ურთიერთობების ჯაჭვია.

კომუნიკაციები არის შემოქმედებითობის, იდეების, ფაქტების, შეხედულებების და გრძნობების გადაცემის და ინტერპრეტაციის პროცესი. კომუნიკაციაზე საუბრისას აქცენტი ყოველთვის კეთდება პიროვნებათა შორის, ე. წ. ინტერპერსონალურ კომუნიკაციაზე. თვით სიტყვა „კომუნიკაცია“ (ლათინურიდან Communico-საერთოს ვხდ) ფართო გაგებით ნიშნავს ინდივიდთა შორის ინფორმაციის გაცვლას სიმბოლოთა საერთო სისტემის მეშვეობით. ინფორმაციის გაცვლა, ურთიერთკავშირი ხორციელდება წერილობითი ან ზეპირი ფორმით, ქვების, ხმის ტემბრის, მიმიკის, ვიზუალური მხარის დეტალების გათვალისწინებით და ტოტალური კომუნიკაციის ელემენტების (ფაქტები, გრძნობები, ფასეულობები, მოსაზრებები) გამოყენებით, ეფექტური ურთიერთობის დამყარების მიზნით. მაგრამ რა არის კომუნიკაციის ამოსავალი წერტილი? რითი იწყება ყოველი ურთიერთობა? ამგვარ ამოსავალ წერტილს წარმოადგენს ინტრაპერსონალური (შიდაპერსონალური) კომუნიკაცია, ანუ ადამიანის უნარი, საკუთარ ემოციებსა და აზრებში გაერკვიოს. მისი როლი აღსანიშნავია თუნდაც იმიტომ, რომ თუ ადამიანი არ არის დარწმუნებული საკუთარ თავში, ქმედებებში, არ არის საკმაოდ მოტივირებული და თავის აზრებში გარკვეული, ის ვერც სხვას დაუმტკიცებს თავის სიმართლეს. საკუთარ თავთან შეგუება, თავისი ემოციებისა და განზრახვების მართვა, საკუთარი შეცდომების აღიარება და თვითკრიტიკა, ზოგჯერ გაცილებით უფრო ძნელია, ვიდრე ამავე ქმედებების განხორციელება სხვასთან მიმართებაში. უფრო მეტიც, სხვებთან ურთიერთობის პრობლემას, გაუგებრობებს, უკუკავშირის უქონლობას, ანუ, სხვა სიტყვებით, ინტერპერსონალური და ტოტალური კომუნიკაციის პრობლემებს საფუძვლად უდევს ინტრაპერსონალური კომუნიკაციის არასწორი წარმართვა. შიდაპერსონალური კომუნიკაციის მნიშვნელობის წინა პლანზე წამოწევა არ უნდა იქნეს მიღებული, როგორც საქმისადმი ეგოისტური და სუბიექტური მიდგომა, პირიქით, კარგი კომუნიკატორი მუშაობს საკუთარ თავზე რათა უკეთესად შეუთავსდეს გარე სამყაროს, გახდეს მისი ჰარმონიული ნაწილი, შეიმეცნოს იგი და თავისი თავიც ღირსეულად წარადგინოს. არ შეიძლება ვიდაცას შევხედოთ მხოლოდ, როგორც მენეჯერს, დირექტორს, უფროსს, ხელკვეთს, თანამშრომელს ან მუშაკს. პირველ რიგში იგი პიროვნებაა, ადამიანი თავისი

დადებითი და უარყოფითი თვისებებით. ინტრაპერსონალური კომუნიკაცია მჭიდროდ არის დაკავშირებული შემეცნებასთან, ინტროსპექციასთან. თვითშემეცნებით, ეფექტური ინტრაპერსონალური კომუნიკაციის დამყარებით თითოეულ ადამიანს შეუძლია შინაგანი წესრიგის დამყარება. შინაგანად მოწესრიგებული ადამიანი კი უფრო საღად აზროვნებს, მას შეუძლია ფაქტების სწორი დალაგება და გაანალიზება, სწორ გადაწყვეტილებამდე მოკლე და ოპტიმალური გზით მისვლა. უმეტეს ორგანიზაციებში კომუნიკაციები აღიქმება ვერტიკალური ურთიერთობებისთვის. განსაკუთრებით მენეჯმენტის პოლიტიკის, გეგმების, ინფორმაციის და ინსტრუქციის გასაავრცელებლად – ორგანიზაციის ქვედა საფეხურებზე მომუშავეთა იდეების, წინადადებების, კომენტარების და საჩივრების ზემოთ გადასაცემად. ქვემოთ მიმართული ურთიერთობა მიიღწევა მენეჯერთა ჯაჭვის დახმარებით, ხოლო ზემოთ მიმართული ურთიერთობა – სამუშაო ჯგუფების შეხვედრების, ერთიანი საკონსულტაციო მექანიზმების და სხვა პროცედურების საშუალებით. ლატერალური კომუნიკაციისას ხორციელდება ინფორმაციის ნაკადის გავრცელება ორგანიზაციის გავლით. ყველა ორგანიზაცია აწარმოებს გარკვეულ შეთანხმებებს სხვადასხვა განყოფილებების ან სექციების საქმიანობის კოორდინაციისთვის. ეს უნდა გაკეთდეს ურთიერთდამოკიდებული შეხვედრების და კომიტეტის საშუალებით. ეს არის ინტეგრაციის პრობლემისადმი რაციონალური და კონტროლირებადი მიდგომა. ამ შემთხვევაში ორგანიზაცია არის მეტად ორგანული მოშაობის პროცესში. კომპანიის განვითარებისთვის გაცილებით სასარგებლოა ერთი და იმავე სპეციალისტის მქონე და ერთსა და იმავე საკითხზე მომუშავე ადამიანებს შორის ინფორმაციის გაცვლა. ასეთ შემთხვევაში ინფორმაციის ნაკადის უმეტესი ნაწილი არის მაღალტექნოლოგიური ან დავალებაზე ორიენტირებული და აადვილებს ჯგუფებს შორის თანამშრომლობას. შიდა ორგანიზაციული კომუნიკაციები მიზნად ისახავს კომპანიის თანამშრომლების შეხედულებისა და ქცევების მართვას ხელმძღვანელთან, კომპანიასთან და ასევე კონკურენტებთან მიმართებაში იმისათვის, რომ შექმნას მყარი ფასეულობები, რაზეც თანამშრომლები იქნებიან ორიენტირებული საკუთარი ქცევის ფორმირებისას და საკუთარი თავის კომპანიაში პოზიციონირებისას; ანუ შექმნას კოლექტივში კულტურული თვითრეგულირების ეფექტი; სამიზნე აუდიტორიას აქ წარმოადგენენ: ხელმძღვანელები, სპეციალისტები, მუშები, სავაჭრო ქსელის გამყიდველები, ფილიალთა წარმომადგენლები, ვეტერანები, თანამშრომელთა ოჯახები. გამოკვლევების შედეგად დადგინდა, რომ მარტივი პრობლემების მოსაგვარებლად საუკეთესო შედეგს იძლევა ცენტრალიზებული საკომუნიკაციო არხები. კომპლექსური პრობლემებისათვის კი პირიქით, ყველაზე მისაღებ შედეგს იძლევა დეცენტრალიზებული საკომუნიკაციო არხები, სადაც მეტია საერთო ფაქტების, შეხედულებების და გრძნობების მხარდაჭერა. კომუნიკაციისთვის არსებობს უამრავი ბარიერი, კერძოდ:

- ინდივიდუალური შეხედულებები და არჩევითობა, ანუ ადამიანი კითხულობს და უსმენს მას, რისი წაკითხვაც და გაგონებაც სურს. ადამიანები ხშირად არ არიან გარკვეული თავიანთ შეხედულებებში, სანამ არ მიაქცევიან ფურადღებას. უმეტესი შეხედულება დაკავშირებულია კულტურასა და პირად ფასეულობათა სისტემასთან;

- განსხვავება სტატუსში, ანუ შესაძლოა ქვეშევრდომებმა წაკითხონ უფრო მეტი, ვიდრე გათვალისწინებული იყო უფროსების შეტყობინებაში. ან, პირიქით, უფროსებმა შესაძლოა ნაკლებად ფურადღებით მოისმინონ ინფორმაცია, რომელიც ქვეშევრდომებიდან წავიდა ზემოთ. ერთ-ერთი მიზეზი „ღია კარის“ პოლიტიკის ნაწილობრივი წარუმატებლობისა, არის ქვეშევრდომების მიერ ორგანიზაციის ბუნებრივად დაცული და სტატუსობრივი ბარიერების გადალახვა;

- შიში და სხვა ემოციური ქვეტექსტი ამბიებს კომუნიკაციურ შეტყობინებებს. თუ პიროვნებას ახალი ამბავი აქვს გასავრცელებელი, რომელიც, სავარაუდოდ, გაანერვიულებს ადრესატს, იგი ეცდება თავიდან აიცილოს სრული სიმართლის თქმა და შესაძლოა გააგზავნოს ნაწილობრივი შეტყობინება. ეს ემოციური ბარიერის საკითხი განსაკუთრებით რელევანტურია წყენის შემსუბუქების მცდელობისას. გაბრაზებული ადამიანები არ არიან კარგი მსმენელები და, ამიტომ, უმჯობესია, მენეჯერი დაელოდოს გარკვეული პერიოდი, სანამ ეცდება პრობლემის მოგვარებას. სწორედ ემოციურ სფეროს უჭირავს გადამწყვეტი ადგილი ადამიანებს შორის ურთიერთობაში;

- ნდობის ნაკლებობა კიდევ ერთი წინააღმდეგობაა ეფექტური კომუნიკაციებისთვის. თუ ვინმეში არ ვართ დარწმუნებული, მაშინ თავს ვიკავებთ ამ პიროვნებასთან ურთიერთობისაგან. ასეთი ეჭვები შესაძლოა წარმოიქმნას ინფორმაციის მიღების მოტივაციის ან მისი აღქმის უნარის შედეგად;

- გაუგებრობის და აღშფოთების მიზეზი ხშირად არის ვერბალური სიძნელეები. ისინი წარმოიქმნება გამგზავნის ინფორმაციის მიწოდების არასრულყოფილი უნარის ან ჟარგონების გამოყენების შედეგად. წერილობით შემთხვევაში ბარიერები ძირითადად ასოცირდება დროული და კონკრეტული ინფორმაციის მიღების სიძნელესთან;

- სხვა მნიშვნელოვან ბარიერებს კომუნიკაციებში წარმოადგენს ინფორმაციის სიმრავლე (როცა პიროვნება გადატვირთულია უამრავი ჩანაწერით, შეტყობინებებით, წერილებით, სატელეფონო შეტყობინებებით და ა.შ.), არაადეკვატური მექანიზმები და საკომუნიკაციო უნარ-ჩვევების ნაკლებობა.

ბარიერების დაძლევისთვის საჭიროა ზემოქანოთვლილი საკითხების გააღჭრა. კომუნიკაციების გაუმჯობესება შესაძლოა სხვადასხვა სტრატეგიების მეშვეობით, დავრწმუნდეთ, რომ თანამშრომლებმა იციან საკომუნიკაციო პრობლემების შესახებ, დავენერგოთ შესაფერისი მექანიზმები კომუნიკაციისთვის (ზემთ მიმართული, ქვემთ მიმართული და ლატერალური) და ვავარჯიშოთ პერსონალი შესაბამისი საკომუნიკაციო საშუალებების გამოყენებაში. ქვემთ მიმართული კომუნიკაციის დროს ჯგუფის ლიდერი აცნობს მოვლენებს ჯგუფის წევრებს, იკრიბება მთელი გაერთიანების ან განყოფილების პერსონალი და მიმდინარეობს აზრების გაცვლა; მაღლა მიმართული კომუნიკაციისას მიმდინარეობს გაერთიანებული საკონსულტაციო კომიტეტების შეკრება, სადაც მენეჯერები და პერსონალი ატარებენ კონსულტაციებს საქმიანობის შესახებ, ხდება სქემების შემოთავაზება; ლატერალური კომუნიკაციები ხორციელდება ურთიერთდამოკიდებულ კომიტეტებს, სპეციალურ საპროექტო ჯგუფებსა და საკოორდინაციო კომიტეტებს შორის.

უნდა გვახსოვდეს, რომ ყველა ვერ ფლობს კარგი კომუნიკაციის უნარს, ყველას არ შეუძლია თავისი აზრების სწორად დაყვანა მსმენელამდე, ამიტომ მნიშვნელოვანი ინფორმაციის მიწოდებისას უნდა შეირჩეს პიროვნება, რომელსაც ენდობიან და რომლის შეხედულებებსაც იზიარებენ. განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება კომუნიკაციას თანამშრომლებთან მაშინ, როცა ორგანიზაცია კრიზისულ სიტუაციაში იმყოფება. არც ერთი ორგანიზაცია არ არის დაზღვეული გარკვეული სიძნელეებისგან, რომელიც წარმოების პროცესში შეიძლება წარმოიშვას. საბაზრო ეკონომიკის პირობებში ზემოაღნიშნული სიტუაცია ნებისმიერ დროს არის მოსალოდნელი. ოღონდ ეს მოვლენა არ უნდა იქნეს კატასტროფად აღქმული, მთავარია, არასწორმა მენეჯმენტმა ორგანიზაციის ხელმძღვანელობის მხრიდან სიტუაციის უფრო გამწვავება და გაუარესება არ გამოიწვიოს. პირველი

ნაბიჯი, რომელიც უნდა გადაიდგას მენეჯერების მხრიდან, არის მიზანმიმართული კომუნიკაცია და სამიზნე ჯგუფის სწორად შერჩევა.. არასასურველი ინფორმაციის მიწოდებას თავისი წესები აქვს, რომლის გათვალისწინება აუცილებელია სასურველი შედეგის მისაღწევად. პირველ რიგში ჩვენ უნდა ვიყოთ გულწრფელი ინფორმაციის მიწოდებისას, თითოეული თანამშრომელი უნდა გრძნობდეს, რომ მას სიმართლეს ეუბნებიან, რომ მენეჯერები გრძნობენ პასუხისმგებლობას მომხდარის გამო, მათ უნდა განემარტო მიზეზი, თუ რამ გამოიწვია მსგავსი სირთულეები, რომ ორგანიზაციის სტრატეგიული მიზნებისა და ამოცანების დასახვისა და ორგანიზაციის შემდგომი განვითარებისთვის გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს მის ხედვას, უნდა ვეცადოთ ინდივიდუალურად ვესაუბროთ თითოეულ მათგანს სანამ ერთად შევეკრებთ და გავაცნობთ არსებულ სიტუაციას. ფართო აუდიტორიასთან შეხვედრის დროს ჩვენ გვეყოლება დასაყრდენი იმ ადამიანების სახით, რომლებსთვისაც უკვე მიწოდებულია ინფორმაცია. ისინი უნდა გრძნობდნენ, რომ ორგანიზაციაში მნიშვნელოვანი ფიგურები არიან, ასეთი დამოკიდებულება დადებითად იმოქმედებს მათზე და გაუზრდის მოტივაციას მუშაობის პროცესში. ცუდი ამბების მიწოდების პარალელურად უნდა დაგსახოთ სამომავლო გეგმები, რომ ვაჩვენოთ თანამშრომლებს ჩვენი მზაობა ორგანიზაციის შემდგომი განვითარებისთვის. აღვწეროთ რა სტრატეგიული კურსი აქვს დასახული ორგანიზაციას მსგავსი სიტუაციის თავიდან ასაცილებლად. უნდა ვთხოვოთ მხარდაჭერა და მოვისმინოთ მათი მოსაზრებები, პრობლემის გადაწყვეტის მათეული ხედვა. გავმართოთ დისკუსია მათთან, გავცეთ პასუხი ყველა დასმულ კითხვას რაოდენ არასასურველიც არ უნდა იყოს ის. შევპირდეთ რომ ისინი ერთნაირი სიხშირით იქნებიან ინფორმირებული სიახლეებზე, ანუ მათ უნდა ვაგრძნობინოთ რომ ჩვენ პატივს ვცემთ მათ აზრს და ვითვალისწინებთ მათ მოსაზრებებს. ეს დაგვეხმარება სამომავლოდ უკეთესი შედეგების მიღწევაში, რაც, თავის მხრივ, ორგანიზაციის წარმატების გარანტი იქნება. ხშირ შემთხვევაში კრიზისი არის კარგი გაკვეთილი, რომელიც აუცილებლად უნდა გაითვალისწინოს ორგანიზაციის ხელმძღვანელობამ განვითარების შემდგომ ეტაპზე. უნდა გავითვალისწინოთ, რომ თითოეულ ადამიანს მის თავში დაბადებული აზრი უფრო გასაგებად და მართებულად ეჩვენება. სხვისი აზრი კი მის მიერ აღიქმება, როგორც გარე სამყაროდან შემოსული ინფორმაცია, რომლის გაგებასა თუ მიღებას ყოველთვის წინ უძღვის მისი გაანალიზება, რეცეპიენტის გონებაში გატარება და გაანალიზება. რაოდენ მაღალი არ უნდა იყოს ადამიანის ობიექტურობის დონე, ამ ცხოვრებას თითოეული ჩვენგანი თავისი პირადი აღქმების, ფასეულობებისა და რწმენებიდან გამომდინარე ჭერვტს. ამ შემადგენლების უგულვებელყოფა არავითარ შემთხვევაში არ შეიძლება. სწორედ ისინი განსაზღვრავს ადამიანის პიროვნული პოზიციის ჩამოყალიბებას. ინტრაპერსონალური კომუნიკაციის დონის ამაღლება ეხმარება კომუნიკატორს, არ აჰყვეს თავის ცრურწმენებს და გაუმართლებელ სურვილებს, არამედ აიყოლიოს ისინი და სწორი მიმართულება მისცეს მათ.

ამრიგად, კომპანიის წარმატება მნიშვნელოვნად არის დამოკიდებული იმაზე, თუ როგორ ფლობენ მენეჯერები კომუნიკაციის ხელოვნებას. მართვის პროცესში უდიდესი მნიშვნელობა ენიჭება ინტრაპერსონალური და ინტერპერსონალური კომუნიკაციის სწორად წარმართვას. რაც უფრო მაღალია კომუნიკაციის კულტურა, მით უფრო მეტია მოტივირებული პერსონალი ორგანიზაციაში, შესაბამისად მაღალია შრომისნაყოფიერება და საბოლოოდ წარმატების მაჩვენებელი. ეფექტური საკომუნიკაციო არხების შერჩევა, სამიზნე აუდიტორიის განსაზღვრა და მისი ძირითადი მახასიათებლების დადგენა, საკომუნიკაციო სტრატეგიის შემუშავება ხელს უწყობს ორგანიზაციაში კრიზისის წარმოქმნის თავიდან აცილებას.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. გამზარდია არ., საზოგადოებრივი კომუნიკაციები და ელექტროლოგიები, თბ., 2009.
2. შენგელია თ. ბიზნესის საფუძვლები, თბ., 2010.
3. ბარათაშვილი ე., თაკალანძე ლ., მენეჯმენტის საფუძვლები, თბ., 2010.
4. ქოული ჯ.ა., მენეჯმენტი, თეორია და პრაქტიკა, თბ. 2002
5. . <http://ka.wikiquote.org/wiki>
6. . PR in practice series "Effective Personal Communication Skills for Public Relations" – Andy Green, © Andy Green, 2006.
7. www.managingamericans.com/information.Technology.htm
8. www.managingamericans.com/sales.htm
9. www.managingamericans.com/executive-Leadership-General-Managerial-Ent.htm
10. <http://en.wikipedia.org/wiki/Communication>
11. <http://www.csb.gov.ge>

Shengelia Fati

*Academic Doctor of Economics,
Full Professor of Zugdidi Teaching University*

THE ROLE OF COMMUNICATION IN ORGANIZATION MANAGEMENT

Summary

Communication (from Latin "*communis*", meaning *to share*) is the exchange of thoughts, messages, or information, as by speech, visuals, signals, writing, or behavior. Communication requires that the communicating parties share an area of communicative commonality. The communication process is complete once the receiver has understood the message of the sender. Communication is the key factor in the success of any organization. When it comes to effective communication, there are certain barriers that every organization faces. People often feel that communication is as easy and simple as it sounds. No doubt, but what makes it complex, difficult and frustrating are the barriers that come in its way. Sometimes communicating bad news is as "simple" as having to admit that you made a mistake. Being accountable, direct, and prepared with a plan to move forward, all apply to admitting mistakes. It is also important to add on a "lessons learned" to your thought process and your discussion...How did the mistake happen, what are you doing to ensure it does not happen again? Holding on to information because you are afraid to come forward is not the answer. You will earn respect by owning your error and asking for help when you need it. . If you are an effective communicator all the time, people will feel you have respect for them by your constant connection. This respect will make them more willing to listen to what you have to say and understand why you have to say it. . Effective communication can be achieved only when the words used are brought to a common level of understanding for both parties.

Klub Andriy

Ph.D. candidate,

Academy of Municipal Management (Ukraine)

THE DEVELOPMENT OF MECHANISMS OF COORDINATED MEASURES OF NATIONAL, REGIONAL REGULATION AND STIMULATION OF INVESTMENTS

Annotation

Effective implementation of investment projects aimed at socio-economic development of the region is determined. Mechanism of state's stimulation of economic entities to carry out economic activities on the defined area is grounded.

Keywords: *public policy, investments, stimulation mechanism, implementation, region, socio-economic development.*

Клуб А.И. Разработка механизмов согласованных мер на национальном, региональном уровне регулирования и стимулирования инвестиций

Аннотация

Определена эффективность реализации инвестиционных проектов, направленных на социально-экономическое развитие региона. Обосновано механизм стимулирования государством субъектов хозяйствования к осуществлению экономической деятельности на определенной территории.

Ключевые слова: *государственная политика, инвестиции, механизм стимулирования, регион, социально-экономическое развитие.*

Introduction

Construction of the rational models of state regional policy plays an important role, namely it ensures the realization of long-term goals of socio-economic development of regions and country; helps to realistically assess the potential of regions and the possibilities of maneuvering with it; takes into account possible options for the emergence and impact of investment climate's factors and helps to minimize their negative influence on the economy; reflects the advantages and disadvantages of the respective regions' development; provides a combination of national and regional interests: identifies the main criterion of evaluation of the ways of the developed models' realization and preconditions of strategic changes in the overall structure of management of regional development.

Under conditions of social and economic relations' transformation solving this problem requires formation of such a management model on the regional level, the basis of which will be the establishment of an effective cooperation of the authorities with businesses.

Analysis of recent research

Problems of state regulation of the regions' development are investigated by both foreign and local scientists. Works by P. Samuelson, A. Smith, J. Fischer, D. Hicks, and W. Sharp should be noted among the foreign scientists; local scientists are O. M. Alymov, P. Y. Byelenkiy, M. P. Butko, M. I. Dolishniy, O. O. Yeroshkina, O. M. Ivanytska, O. V. Ivanchenko, V. Y. Keretsman, M. H. Koretskiy, Y. B. Korotych, O. P. Kraynyk, M. A. Latynina, A. S. Lisietskiy, O. H. Topchiev, Y. M. Hvesyk, and others. In particular, the essence, the main directions and the priorities of state regional policy have been identified by M. M. Mykolaychuk and D. V. Nekhaychuk.

Statement of research objectives

- to determine the effective implementation of investment projects aimed at socio-economic development of the region;
- to justify the mechanism of state's stimulation of economic entities to carry out economic activities on the defined area.

Results

The principles of European democracy, forcefully stated in the draft of the European Charter of Regional Democracy, should be put as the basis of cooperation between local authorities and higher and central authorities. In particular, it is the principle of “cohesion” of interests, which involves joint solving of the problems that they face. That is, state and the regions have to work closely together (to cooperate) in order to achieve consensus between national and regional interests [2, p. 137].

Article 3 of the draft of the Charter establishes that the recognition and implementation in the system of public administration of the institute of regional governance is one of the elements of democratic governance. Activities of regional authorities should be based on democratic principles: recognition of human rights, securing peace, stability and prosperity, lasting solidarity development. Thus, the draft of the European Charter of Regional Democracy is focused not only on developing the structure of regional democracy, but also on ensuring its effectiveness [1, p. 104]. Principles of regionalism have found theoretical justification and consolidation in a number of documents of the Council of Europe - institution that produces the standard of modern democracy [1, p. 98].

The formation and implementation of the proposed model should be based on the provisions of the concept of democratic governance, the theory of social networks, new institutional theory involving the formation of the equilibrium mechanism of interaction between sectors of society, built on the principles of dialogue, consultation and cooperation. Provisions that have decisive importance need to be identified from the concept of democratic governance:

- participation of citizens (done by ensuring the right of citizens to vote in decision making - either directly or through legitimate institutions that represent their interests, freedom of association and speech, delegation of certain powers from authority institutions to civil society, readiness of the parties of publicly-management relations for a constructive dialogue and cooperation);
- partnership (public authorities, business, civil society organizations unite efforts to solve urgent problems of social development);
- transparency (completeness of information about the activities of public authorities, its accessibility for all those interested in it);
- sensitivity (the ability of public institutions to be responsive to the needs of citizens);
- focus on consent (compliance with the balance of interests to achieve broad consensus on the issues that correspond the most with the interests of citizens and their groups, and ways in which this should be achieved);
- effectiveness and efficiency (most efficient use of resources to meet social needs. Basic criterion of evaluation is the development);
- accountability (public authorities are accountable to citizens, institutional bearers of law);
- responsibility (responsibility of bodies of administration to the politicians who determine policy, and to citizens, consumers of services);
- strategic vision (authorities, business, civil society organizations and their leaders think about the policies from long-term prospects and clearly imagine ways of their implementation [3, p. 48].

It should be noted that the model of democratic governance, with recognition all its potential, not yet fully finds its implementation in the system of public administration in Ukraine. The control of authorities by the citizens at central and regional levels is not systematic. The authorities often only formally introduce elements of partnership with citizens. Significant problems exist with the rule of law, fair character of courts' and other government agencies' operation. Irresponsibility, low efficiency and effectiveness, lack of strategic thinking are characteristics of modern management process in Ukraine [1, p. 105–106].

However, among some achievements of today is recognition of the fact that the partnership, including public-private partnership, can be a primary mean of solving social and economic problems. So, there is a need in concrete actions aimed at forestalling theoretical understanding of current issues of social development, at their timely and consistent practical solution, and finally – the implementation of the mission of public power as a mechanism of self-government and self-development of society.

Summary results of the analysis allow determining the conceptual parameters of such a model, including implementation process of state regional policy and organizational and structural mechanism for its maintenance.

Thus, in order to create the most effective environment for the development of certain areas taking into account balance of their self-sufficiency and assuming that the development of regions of Ukraine should be based on principles of self-development, state regional policy should be realized on the basis of the contextual model.

In the formation of regional development policy ideas, goals and directions, which are incorporated in the State Regional Development Strategy until 2015, should be considered. The ultimate goal of the Strategy is to create conditions for increasing competitiveness of regions, ensuring their sustainable development on modern technological basis, high productivity and employment.

This approach will enable sustainable and balanced development of the country as a whole, to bring the standards of living to European standards and to create conditions for increased economic activity in all regions of the country. This will facilitate the gradual mitigation of regional disparities, reduction of risk of depressed areas' formation and will protect society from significant costs to restore proper conditions of their life.

To ensure the effective implementation of state regional policy in accordance with the proposed model the main instruments and mechanisms should be distinguished.

Effective implementation of investment projects aimed at social and economic development will encourage economic and social development of the territories.

To increase the effectiveness of regional development policy's implementation it is necessary to attract attention to the development of the coherent measures' mechanism of national and regional regulations and stimulation of investment. And the first direction of concerted actions should be to strengthen state control over the target expenditure of budget funds, channeled into investments in the form of irrevocable financing and lending.

There should be extended common practice of public and commercial financing of investment projects and also the use of part of the budgetary funds for the especially effective and quickly paid-off investment projects and small businesses' subjects regardless of their industry affiliation and ownership to accelerate structural adjustment and technological production. This list should also have measures to guarantee loans, export credit, cover of venture capital from the state budget, state insurance at preferential rates and more.

Of course, limited budget does not give grounds to hope for active involvement in the system of stimulation of direct state activities' investment. However, the minimum required level of them, which should provide conditions for directing investment flows to achieve the objectives of integrated sustainable development, requires special attention of researchers and regional authorities.

Creation of favorable economic conditions for realization of innovative projects is a key point towards public support for innovative projects and programs for socio-economic development of territories. This question is the basis for a successful regional strategy of innovative development.

So far determination of activities financed by the relevant budget item was of a chaotic nature, contrary to the rules specified in the Budget Code of Ukraine. This Act states that investment projects are implemented according to the procedure and conditions for granting

subsidies for the mentioned purposes and are determined by the Cabinet of Ministers of Ukraine.

However, this rule has been not executed for seven years. And only action plan on the implementation of the National Strategy of Regional Development till 2015, approved by the Cabinet of Ministers of Ukraine from July 21, 2006 № 1001, identified the development and approval by the Cabinet of Ministers of Ukraine the procedure and conditions for granting subsidies for realization of investment projects [6].

This procedure should consider the following directions of investment projects' realization aimed at socio-economic development of regions, and funded from the State Budget of Ukraine:

- compensation of banks' interest rates for granted loans to entities doing business within the defined by the state area of economic activities and territory;
- direct financing: implementation of agreements on regional development; implementation of projects and programs on development of energy-saving technologies; implementation of venture projects, etc.
- financing agreements for regional development between the Cabinet of Ministers of Ukraine and the regional representative body, concluded in accordance with the applicable law.

That is, the state may participate in the investment process in different ways. In case of the direct participation in the investment process, it invests resources for implementation of investment programs envisaged in the state budget, or it is directly involved in the investment projects in the form of subsidies subventions and budget loans on the basis of repayment (subsidizing lending rate of the loans to finance investments; co-financing from the state and regional budgets, etc.).

The main condition for obtaining the right to implement investment projects should be the selection on competitive conditions with conducting a careful examination of both the projects and subjects that wish to implement them.

The criteria for selection of the compensation interest rates should be the following results of projects' implementation:

- value of the development of the relevant field to the socio-economic development of the territory in which the project is proposed to be implemented;
- increasing the amount of tax payment to all levels of budgets;
- creation of new jobs and improvement of social standards available to employees;
- development and modernization of the area's infrastructure.

For this purpose a subsidiary body - the Foundation for Regional and Local Development should be created under the umbrella of the central executive body, whose purpose will be the realization of state regional policy. Management of this body will be carried out collectively from a number of governing people (first deputies and deputy ministers or heads of committees), other interested representatives of central executive bodies, leading scientists and the public. It will be chaired by an appropriate representative of the central executive body, whose purpose is the implementation of the state regional policy.

The financial institution "Austrian Economic Service" (AWS) serves as an important instrument of state and European regional development policy's implementation in Austria. The question of management of the financial support from the European funds of support is assigned to its competence. Bank provides subventions, soft loans (with an average annual rate of 3.75%), guarantees on private bank loans, and service maintenance of projects. Depending on the status and size of the business (small, medium or large according to the classification of the EU), total amount of aid from all sources of financing at European and national levels can reach 100%. Instead, today the backward regions of Austria receive support for projects' realization on average level of 15% of their value. This limit was increased to 40% in the Burgenland. According to the financial report of the AWS already in 2005 the sum of

requirements on financial liabilities that were granted under support of the European Union, exceeded 1.2 billion EUR [5, p. 126].

Such practice is also used in the Russian Federation [4]. Investment Fund of the Russian Federation was formed on the 1st of September, 2006. A year later it came under the jurisdiction of the Ministry of Regional Development of the Russian Federation (resolution of the Russian Federation dated from October 25th, 2007 № 701 “On some issues of structure and organization of the activity of the Ministry of Regional Development of the Russian Federation”). Budget allocation (through direct funding) of the Investment Fund is available for projects implementation aimed at socio-economic development of the country’s territory, which have national significance.

The main difference between our proposed model from the one operating in the Russian Federation is that in addition to direct funding it is proposed to give the Foundation for Regional and Local Development the right to compensate the banks’ interest rates on loans granted to economic entities for doing business in the defined by the state economic area and territory.

To increase the effectiveness of these activities it is worth to consider the possibility of choosing one of the state banks (Ukreximbank, Oschadbank), which will grant loans to businesses on the standard conditions if they participate in the implementation of the investment projects aimed at socio-economic development of regions.

In addition, the following responsibilities should be put on the Foundation:

- involvement of international grants for regional development;
- organization of calls for proposals for regional development, including the ones that are financed by the international organizations;
- provision of guidance and practical assistance to the regional development agencies in the regions;
- monitoring of current and prospective legislation of Ukraine;
- rating evaluation of territories and cities of Ukraine;
- organizing and conducting national exhibitions of the country’s regions, and representing them abroad;
- participation in the development of strategies of development of the state and regions, appropriate targeted programs;
- study of the competitive advantages of the regions;
- organization of the polls.

Ukraine has already implemented a similar mechanism of stimulation of development of small and medium businesses. Initiated by the Ministry of Economy and the State Commission on Enterprise, the regional and local Support Funds for businesses in the regions have been created. Their task is to compensate the interest rates on a competitive basis at the expense of state and local budgets. However, these institutions do not have sufficient financial capacity. On average, their annual financial resources are 1 million UAH for the region. So it is possible to say with full confidence that the state shifted the entire financial burden on regional and local budgets. On the other side, the state should retain the function of control over the allocation of appropriate resources and a good tool for the implementation of a comprehensive, balanced socio-economic development of all areas of the country.

Conclusions

This appropriate task should be carried out by our proposed mechanism of stimulation (realization of investment projects) of business entities by the state to undertake the economic activity in a defined territory.

Agreements on regional development are the combination of state and regional interests. Mentioned instrument of regional development opens the possibility of joint activities of all subjects of regional development for the socio-economic development of regions. At the same time, it encourages local authorities to implement active work towards development of the

territories. This is because the state, represented by the Cabinet of Ministers of Ukraine, makes decisions on joint implementation of the agreement only if it is convinced that other potential actors (especially - local authorities) of its implementation have taken all possible measures to socio-economic development of their territories. Also during the implementation of the agreement the latter have to create favorable conditions to enable the effective implementation of the agreement.

The activity of local self-government in Ukraine, including on the regional level, does not create enough opportunities for large-scale programs and projects to address strategic issues of regional development. The agreement allows overcoming significantly these and other restrictions. Its result is a combination of resources of the region (oblast) - intellectual, financial, and institutional - with government resources. The agreement guarantees that within a given region the state will act taking into account priorities of activity of regional authorities, and vice versa.

References

1. Беленький П.Ю. Регіональна політика збалансованого соціально-економічного розвитку / П.Ю. Беленький, О.О. Другов // Регіональна економіка. - 2005. - № 1. - С. 96-106.
2. Єрошкіна О.О. Бюджетний механізм державного регулювання розвитку депресивних регіонів: світовий досвід / О.О. Єрошкіна // Держава та регіони. Серія: Державне управління. - 2010. - № 1. - С. 136-139.
3. Надолішній П.І. Концепція демократичного урядування: сутність і проблеми формування та реалізації / П.І. Надолішній // Актуальні проблеми державного управління: збірник наукових праць. – Вип. 2(30). – Одеса: ОРІДУ НАДУ, 2007. – С. 46 – 56.
4. Офіційний веб-сайт Міністерства регіонального розвитку Російської Федерації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.minregion.ru.
5. Петкова Л.О. Теоретико-методологічні засади економічного зростання в Україні: регіональні аспекти: дис. ... доктора екон. наук : 08.10.01 / Л.О. Петкова. – К., 2006. – 443 с.
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року» від 21 липня 2006 р. № 1001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1001-2006-%EF>.

Birkovich Tatyana

*Ph.D. in Law, Postdoctoral Fellow,
Petro Mohyla Black Sea State University in Mykolaiv (Ukraine)*

FUNDAMENTALS IN SYSTEMATIC APPROACH FOR THE DEVELOPMENT OF AN EFFECTIVE STATE REGULATION OF ENERGY MARKET

Substantiates the structure of markets of energy, differentiated by type of activity and development of their areas of state regulation. A basis of a systematic approach to the formation of effective state regulation of market power.

Keywords: state regulation, energy industry reform, market power formation.

Биркович Т.И. Основы системного подхода к формированию эффективной организации государственной регуляции рынка энергоснабжения

Обосновано структуру рынков энергоснабжения, дифференцированных по видам деятельности и направлениям развития их государственного регулирования. Предложены основы системного подхода к формированию эффективной организации государственного регулирования рынка энергоснабжения.

Ключевые слова: государственное регулирование, энергетическая отрасль, реформа, рынок энергии, формирования.

Introduction

Energy sector reform in terms of competition between producers had been implemented in order to achieve the lowest possible energy prices for consumers, while also being the best for its producers. Commercial relations between sellers of energy and its customers were executed by the means of the Agreement between the members of the wholesale electricity market, under which the wholesale energy-supply market was created. The subject of competition between producers of the energy (power generating companies) was the price, and between suppliers - the quality of provided services. In order to achieve this goal new market approaches towards pricing, methods of payment, the system of collection and distribution, the system of organization and regulation of relations between subjects of the wholesale market have been introduced.

Analysis of recent research

Quite actively the question of efficiency of state regulation of energy-supply market is being analyzed in the writings of such scholars as A. Amosha, V. Bogdanovich, V. Bushuev, A. Voinov, M. Gnidy, V. Zhovtyansky, V. Konovalyuk, Y. Lega, V. Mikitenko, O. Novoseltsev, B. Pilyushenko, A. Prahovnyk, G. Sytnyk, O. Sukhodolya, S. Farenyk, A. Chemeris, A. Chylikin, A. Shevtsov, A. Szydowski and others.

Statement of research objectives

- to justify the structure of energy-supply markets, differentiated by the type of activity and the development of their areas of state regulation;

- to provide the basis for the system of approach towards the formation of an effective state regulation of energy-supply market.

Results

Disputes from the side of the Energy Community on directions and ways to reform the energy-supply market (hereinafter - the market) do not subside in our country. The authority and official position of the experts involved in discussion and those posting their opinions in the press, the controversy of the polemics proof that we deal with a difficult question, and the ways to resolve it are directly involved with short-term and long-term public interests.

Goals and expectations from the side of the supporters of the reform can be formulated as a reduction of the content of the energy complex for the sake of the community by the means of introducing competitive market mechanisms and deregulation of the market by the state.

It is noted that one of the major trends in the development of the energy systems is the weakening of activities ties (autonomous) within vertically integrated regional energy companies. These include: generating of electricity and thermal energy, transportation of energy from sources to consumers and energy-sale activity. In line with the methodology of system analysis we will use one of the types of equivalenization, which means a dismemberment of a single system on independent systems with relatively weak links by the mean of decomposition [1, p. 21].

In order to determine the conditions for an effective functioning of the energy complex we shall consider the structure, type and characteristics of the energy-supply market separately with the help of the above stated activities and objectives of the effective state regulation of each of them. Market analysis is conducted based on those economic indicators that, to our point of view, reflect fundamental differences in the structures of markets to the fullest by the means of determining differences in their approaches on government regulation [2].

1. The degree of standardization (interchangeability).
2. Dependence of the effectiveness of meeting the demand from the presence of competition in the market.
3. Dependence of the cost from production.
4. Elasticity of demand at a price.
5. Potential of growth.
6. Barriers for the entry into the industry
7. Technical potential.
8. Public interest in introducing competition to the market.

Before turning to more detailed consideration of the operating conditions of each market separately, we should define the types of goods, which are proposed by the supplier in each market by the criteria of its activity.

The subjects of the market for electricity producing are generating companies, individual state power plants, and independent power producers (including non-conventional energy sources). Product offered in the market will be the electrics of the power plants as the market players.

The subjects of a transmission of electric energy are transport companies, which operate the networks of NEC "Ukrenergo", networks of regional energy companies, and finally, local networks. The product, which is being offered by the suppliers in this market, is the service of transmission of electricity within the boundaries of each of the transport companies.

Under sale we should understand the marketing services, which are provided by specialized organizations and which include the following functions:

- Organization of exploitation of the technical means in commercial accounting;
- Contractual work;
- Monitoring of electricity consumption during the billing period;
- Billing and accounting for the payment of debts.

Let us analyze the structure of each of the energy markets, provided above more precisely:

1. The market of power generation.

1. Electricity which is released from any of the stations or generating company is a homogeneous product with similar quality characteristics that are standardized, meaning an interchangeable product.

2. One of the main indicators of market relationships between seller and buyer is the performance in meeting the demand (utility) for electricity, which is determined by providing the necessary volume of production of quality electric power that meets the standards required by consumers daily schedule, with the lowest possible market price that maximizes the net benefit of both producers and consumers. These requirements, which enable the selection of goods according to consumer demand, are possible only under the existence of competing companies that will allow consumers to select the product that matches their needs for quality, required amount, allowing consumers not to adjust to the regime of generating companies while breaking the daily schedule of individual loads.

The existence of competition will not allow each generating energy company to separately influence the level of prices prevailing in the market, which provides choice for consumers.

Thus, providing more efficient satisfaction of demand is achieved by the existence of competing companies.

Because the product, which is being offered in this particular market is standardized, companies come up primarily into a price competition, while the known factors of the economic theory of non-price competition are not essential. In this case, the decisive condition for the seller is to minimize the cost of 1 kWh. One of the options that is being described by the economic science is the so-called economies of scale production, which is when the volume of goods increases in the proportion that exceeds the proportion of resources spent. [3, p. 556]

Notably, in addition to the traditional effect of saving conditionally fixed costs per unit of output with increasing volumes of production, there is also a variable cost in energy savings. Thus, partial load of the power plants is accompanied by an increase in the unit of variable costs, mainly due to the increased consumption of fuel and the reduction of efficiency. Thus, the work of the energy station at a full load (at nominal parameters), meaning an increase in the output, is the most economical mode of exploitation with minimal costs'.

Thus, an increase in the production of the electricity's generation is accompanied by more significant costs of reduction in production of one kWh than in other areas.

4. As we know, the price elasticity of a demand is characterized by a change in the sensitivity of demand towards the changes in the prices of goods, provided that other factors that affect the demand remain constant.

The seller by means of increasing the price of electricity will cause a shift of demand towards other, cheaper sources of energy. This pattern is confirmed by so-called income and substitution effects, when increasing prices of consumer goods actually reduces revenue and encourages the buyer to choose the cheaper goods from competing companies, which proves the price elasticity of demand, meaning $E > 1$.

5. Over the period of 1991-1998 consumer demand for electricity dropped by 19%. However, since 1997 there has been a trend to increased energy consumption, followed by a projected growth, so we can talk about the existing growth of the potential in consumer market that is associated primarily with the prospects for GDP growth.

6. The existing potential for growth of electricity consumption attracts investors for the investments into the market with a guaranteed income. However, it must be stressed out that the construction of major sources of electricity is very capital-intensive, which essentially serves as an investment restriction for investor's entry into the industry. It affects primarily the construction of large energy facilities. The construction of relatively small sources of capacity enables greater participation in the market due to the number of investors.

7. Up to date, the structure of production capacity allows us to speak about the presence of a large reserve.

8. The current interest of the society concerning the installation of market conditions (the emergence of competing companies) should be considered from different points of view [4]:

- The interest of the electricity consumer is in hoping for a price reduction while competing companies emerge;
- From the side of the authorities - the emergence of new jobs, social infrastructure: gardens, schools, roads due to the emergence of new production volumes;
- From the side of the salers of fuel for power stations - the possibility of concluding new long-term contracts for the supply of their goods.

The market operates the number of power suppliers, which are limited by territorial boundaries. It is necessary to consider the increased cost of services for power transmission in the structure of the final price for the consumer. Thus, we can identify the following specific features of electricity markets:

- electricity - a standardized product;
- the number of suppliers of electricity is limited by territorial boundaries;
- the existence of financial barriers for the entry into the market from the side of new investors.

According to the given economic criteria, the most appropriate type of market structure is oligopoly.

2. The market of services for power transmission.

Commodity in this market is the service to transmit electric power.

Sellers are electricity distributors, NEC "Ukrenergo" – an organization of municipal energy power.

1. While determining the degree of standardization of services for power transmission, one must consider an isolated, rigid electrical connection between the consumer and electricity supplier on transmission services, as well as continuity in the time of production and consumption process. This once again confirms the possibility of providing services for power transmission from only that supplier whos networks a consumer is connected to. This proves a non- interchangeability meaning the low degree of standardization of transmission of electricity as a service.

2. The effectiveness of meeting the demand for transmission services in providing electrical energy is being caused by an electrical network of bandwidth, which is required for transmission of electricity, retaining the quality at a minimal cost, which allows to expand the reproduction of an adjustable bandwidth. Consider these two situations:

- when the consumer is connected to a transmission line and there is one supplier;
- when another supplier is building transmission lines and attaches the consumer. In this case, the question arises: how does the building of parallel networks influence the effectiveness of meeting the demand for services in the sphere of power transmission?

Thus, the emergence of new sellers in the market under the condition of an unchanged consumer demand could have led to an increase of an average production costs of each of them, and, consequently, higher prices for services. Therefore, meeting the demand in this market is more effective with an absence of competing companies.

3. A transmission of electricity through networks is characterized by almost 100% of conventionally fixed costs (no fuel costs, etc.) [5, p. 158], is not dependent on the amount of transmitted product. So the total costs do not change regardless of the number of transmitted power.

4. While considering the elasticity of demand for transmission services of electricity, three points should be considered:

□ As long as there is a consumer demand for electricity, there will be also a demand for transmission services.

□ If we consider the current structure of electricity prices, the share of the costs of network businesses is 3 times lower than the cost of electricity. Thus, the impact of the cost of transmission services on the total price for the consumer is less significant than changes in the cost of electricity.

▪ The cost of the transmission of energy does not depend on the volume of transmitted energy. Therefore, the demand for transmission services while changing consumption can be characterized as inelastic ($E < 1$).

5. The presence of a potential of market growth shows the demand for the services of transmission and hence - the presence of the potential of growth in the market for the transmission of electrical energy

6. The existing demand in the market of electricity producing is being caused by the constant demand for electricity transmission services, which makes it attractive for foreign investors to enter into the branch. However, the construction of new transmission lines is accompanied by large investments of investment funds, which is a barrier for the entry of potential investors into the field.

7. During the construction of transmission lines the capacity of networks is being projected and designed to forecast consumer demand. The situation today is that the load of electricity had decreased in 1.2 times, meaning that the real network traffic is below the network capacity, which indicates a significant potential of the market.

8. The construction of new, overlapping lines will require a deforestation, land alienation, additional expenditure of resources, which will cause a backlash from a side of a public. So we can talk about the lack of interest of public in implementing competition into the market.

Summarizing all of the above stated, we can underline the following points:

- Because of economic and technological features of services in the sphere of transmission of electricity it is an almost non-refundable commodity.
- Demand for the price inelastic.
- There is an investment barrier for the entry into the market of services for the transmission of electrical energy.

Thus, according to economic indicators and specific features, it can be concluded that the market for electricity transmission has a monopoly character. Moreover, the feasibility of appearance of competing companies into the market shows that this is a typical natural monopoly.

3. The market of sales services.

A product is a service of distribution of electricity and services connected with the payments for consumed electricity. Sellers are energy-supplying enterprises

1. In theory, the presence of large number of distributors should allow the buyer to choose a range of services, which are appropriate to consumer benefits: removal of data counters, billing, monitoring of passage of the payment, client services, that shows the complete interchangeability of the proposed market services. In practice, however, goods may be differentiated only in connection with the peculiarities of specific marketing service provider.

2. The effectiveness of meeting the demand for services from sales is by the means of ensuring timely billing for electricity supply under the contract and in accordance with the actual electricity-consumed quantity per billing period, at the lowest price for the service that allows an adjustable expanded reproduction services. This means enabling the buyer to choose the services which are appropriate to his consumer needs, which is possible if there are competing companies. But we can only theoretically think about the competition which exists in the market of sales services and must be accompanied by market supply and low prices, because the matter requires further study.

3. Since the amount of work for the provider of marketing service does not depend on the amount consumed by the purchaser of electricity, unit costs of marketing services per unit do not depend on the value of consumption, and depend only on the number of serviced customers.

4. Today, the cost in structure of 1 kWh is the share of energy-consumed cost and is equivalent to 2-3%. Thus, higher prices for sales service hardly influence the consumer price of electricity, which indicates the inelasticity of demand ($E < 1$).

5. The continuous growth of energy consumption, relatively low sales activity give investors an incentive to join this market.

6. Because in today's energy systems priority was traditionally given to the production and transmission, as well as due to the fact that the share of energy-consumption services in the structure of electricity tariffs is low (2-3%) the marketing activities are nowadays funded by the residual, resulting the technological level to be very far from the market requirements.

7. Consumer is interested in a safe and secure energy supply, at the minimum prices for energy. On one hand, while having a variety of sales representatives, users can, in theory, chose a particular company guided by their own preferences. On the other hand, because today's market conditions are characterized by low payment discipline, non-transparency of financial reporting, control of financial flows is much easier to be organized under the central energy supply. Also today the energy supply provides marketing services, conducts extensive work on the management of electricity consumption, particularly in emergency situations (during the shortage of power or fuel). Implementation of the above stated problem is possible only through centralized management of sales activities or by the means of transfer of functions of management to future regional load dispatch control.

According to this background, the current public interest should rather bow to the centralization of marketing, with the preparation for the introduction of competitive terms.

While summarizing we can conclude, that depending on the level of standardization of goods and the number of sellers in the market it is theoretically possible to have a monopolistic competition in the market of energy supply. However, it should be noted that such transformations are possible only with the course of a long period of time. It is, however, possible for a pegged so-called organized monopoly to exist due to technological features of the existing market today.

Thus, by determining conditions for the effective functioning of the energy production, we made a decomposition of the energy supply system of separate markets for each of the activities, found their significant fundamental differences, and identified the types of market structures, showing their advantages and disadvantages.

As the analysis revealed, oligopolistic competition should become dominant in the market of electricity generating in the course of its development and adaptation to the modern business environment. As for the market for energy transmission, it is the most efficient while operating in the mode of natural monopoly. The market of energy supply expects slow evolution from artificial monopoly of markets to competition, which doesn't exclude the long time-period of centralization of services in the sphere of electricity sales.

Conclusions

Thus, we can conclude that the presence of specific features in the functioning of the markets, which are divided by the types of activity of the energy complex leads to a significant reduction in the effectiveness of state regulation of energy, which was so far carried out as a single universal approach.

As a result of the above carried out analysis it seems appropriate to note the following trends in the system of state regulation of energy market exist:

1. For the effective functioning of the oligopolistic market for energy generating the state regulation should be directed to support the competitive relations and promote investment activity vendors, which would reduce market prices and, ultimately, achieve more efficient satisfaction of consumer demand.

2. In the monopolistic market for electricity transmission, including economic and technological features of the product, it is reasonable for a state to provide regulation aimed at

monitoring the costs of network firms and the establishment of economically reasonable prices for transmission services .

3. Continuous transformation of the market of supply of energy services from artificial monopoly to competitive one will require close attention from its regulators. Therefore the main task from the side of the government regulation, taking into account different mentality of Ukrainian consumers, will become the legal (imperative) and financial policy of improving the payment discipline, improvement of logistics and service opportunities of energy supply companies.

We have proposed the theoretical grounds for the foundation of a systematic approach of an effective state regulation of the energy market in our country. The definition of the term "energy-supply market" had been given. Also the definition of a public regulation of the energy supply sector had been revealed, as well as the concept elements that allow us to classify this system as a type of complex systems.

References

1. Бевз С.М. Енергозбереження – фінансові механізми та можливості міжнародної співпраці: Міжнар. конф. "Енергоефективність 2010" Одеса, 13-16 жовтня 2010 р. // Зб. наук. пр. О.: Ветаком, 2010. – С. 20-24.
2. Богданович В.Ю., Суходоля О.М. Модель формування структури паливно-енергетичного балансу // Актуальні проблеми державного управління: Зб. наук. пр. – Д.: ДРІДУ НАДУ, 2009. – Вип. 4(18). – С. 114-123.
3. Воїнов А.П. Підвищення ефективності праці енергетиків – один із засобів економії енергоресурсів/ За заг. ред. проф. А.В.Праховника. – К.: Альянс за збереження енергії, 2007. – С. 555-558.
4. Гнідий М.В. Вихідні положення Енергетичної стратегії України до 2030 р у сфері енерговикористання, формування енергобалансів та імпортно-експортної політики // Енергетична стратегія України. Погляд громадськості: За матеріалами між нар. наук.-техн. конф. "Основні положення Енергетичної стратегії України та науково-технічне забезпечення її реалізації". – К.: Енергетика та електрифікація, 2003. - С.57-61.
5. Енергетичні потоки та ресурси / За заг. ред. акад. А.К.Шидловського. – К.: УЕЗ, 2003. – 472 с.

Khoshtaria Tornike

I.Javakhishvili Tbilisi State University, doctorant

THE IMPORTANCE OF MULTINATIONAL MARKETING INFORMATION SYSTEMS (MMIS) TO MARKETING MANAGEMENT

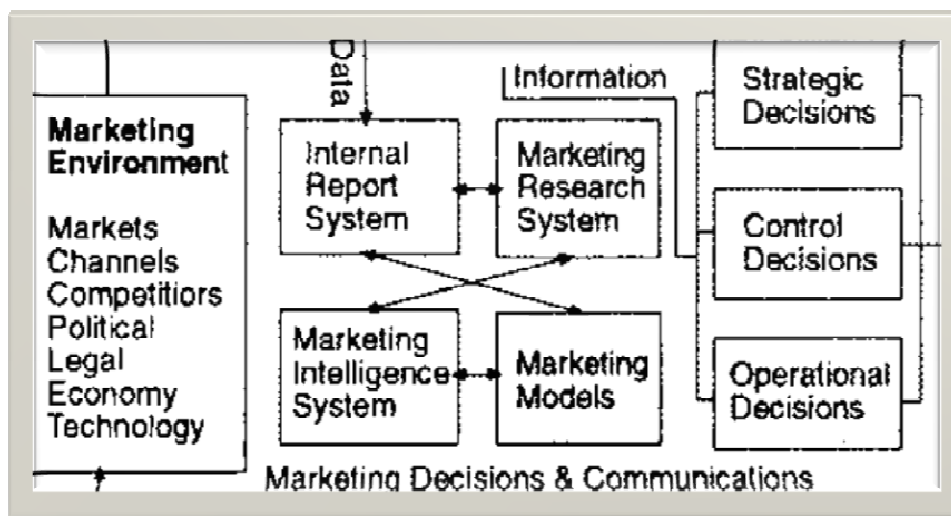
To understand the proper role of multinational marketing information systems to marketing management one must examine what managers do and what information they need for decision making on global scale. It is agreed that information is the life blood of marketing, therefore well organized information system plays crucial role in tackling decision making issues, which can be supported by formal marketing information systems.

A marketing information system (MIS) is intended to bring together disparate items of data into a coherent body of information. An MIS is more than raw data or information suitable for the purposes of decision making. An MIS also provides methods for interpreting the information the MIS provides. Moreover, as Kotler's definition says, an MIS is more than a system of data collection or a set of information technologies:

"A marketing information system is a continuing and interacting structure of people, equipment and procedures to gather, sort, analyse, evaluate, and distribute pertinent, timely and accurate information for use by marketing decision makers to improve their marketing planning, implementation, and control".

Figure 9.1 illustrates the major components of an MIS, the environmental factors monitored by the system and the types of marketing decision which the MIS seeks to underpin.

Figure 9.1 The marketing information systems and its subsystems



Source: www.fao.org/docrep/w3241e/w3241e0a.htm

The explanation of this model of an MIS begins with a description of each of its four main constituent parts: The internal reporting systems, marketing research system, marketing intelligence system and marketing models. MIS varies in its degree of sophistication. In the industrialised countries it is computerised, but developing countries lag behind in terms of technologies. In order to understand these components , we will discuss all four:

Internal reporting systems: All enterprises which have been in operation for any period of time have a wealth of information. However, this information often remains under-utilised because it is compartmentalised, either in the form of an individual entrepreneur or in the functional departments of larger businesses. That is, information is usually categorised according to its nature so that there are, for example, financial, production, manpower, marketing, stockholding and logistical data. Often the entrepreneur, or various personnel working in the functional departments holding these pieces of data, do not see how it could help decision makers in other functional areas. Similarly, decision makers can fail to appreciate how information from other functional areas might help them and therefore do not request it.

The internal records that are of immediate value to marketing decisions are: orders received, stockholdings and sales invoices. These are but a few of the internal records that can be used by marketing managers, but even this small set of records is capable of generating a great deal of information.

Marketing research systems: Marketing research is a proactive search for information. That is, the enterprise which commissions these studies does so to solve a perceived marketing problem. In many cases, data is collected in a purposeful way to address a well-defined problem. The other form of marketing research centres not around a specific marketing problem but is an attempt to continuously monitor the marketing environment.

Marketing intelligence systems: Whereas marketing research is focused, market intelligence is not. A marketing intelligence system is a set of procedures and data sources used by marketing managers to sift information from the environment that they can use in their decision making. This scanning of the economic and business environment can be undertaken in a variety of ways, including:

Unfocused scanning The manager, by virtue of what he/she reads, hears and watches exposes him/herself to information that may prove useful. Whilst the behaviour is unfocused and the manager has no specific purpose in mind, it is not unintentional

Semi-focused scanning Again, the manager is not in search of particular pieces of information that he/she is actively searching but does narrow the range of media that is scanned. For instance, the manager may focus more on economic and business publications, broadcasts etc. and pay less attention to political, scientific or technological media.

Informal search This describes the situation where a fairly limited and unstructured attempt is made to obtain information for a specific purpose. For example, the marketing manager of a firm considering entering the business of importing frozen fish from a neighbouring country may make informal inquiries as to prices and demand levels of frozen and fresh fish. There would be little structure to this search with the manager making inquiries with traders he/she happens to encounter as well as with other *ad hoc* contacts in ministries, international aid agencies, with trade associations, importers/exporters etc.

Formal search This is a purposeful search after information in some systematic way. The information will be required to address a specific issue. Whilst this sort of activity may seem to share the characteristics of marketing research it is carried out by the manager him/herself rather than a professional researcher. Moreover, the scope of the search is likely to be narrow in scope and far less intensive than marketing research

Marketing intelligence is the province of entrepreneurs and senior managers within an agribusiness. It involves them in scanning newspaper trade magazines, business journals and reports, economic forecasts and other media. In addition it involves management in talking to

producers, suppliers and customers, as well as to competitors. Nonetheless, it is a largely informal process of observing and conversing.

Marketing models: Within the MIS there has to be the means of interpreting information in order to give direction to decision. These models may be computerised or may not. Typical tools are:

- Time series sales modes
- Brand switching models
- Linear programming
- Elasticity models (price, incomes, demand, supply, etc.)
- Regression and correlation models
- Analysis of Variance (ANOVA) models
- Sensitivity analysis
- Discounted cash flow
- Spreadsheet 'what if models

These and similar mathematical, statistical, econometric and financial models are the analytical subsystem of the MIS. A relatively modest investment in a desktop computer is enough to allow an enterprise to automate the analysis of its data.

MULTINATIONAL MARKETING INFORMATION SYSTEMS

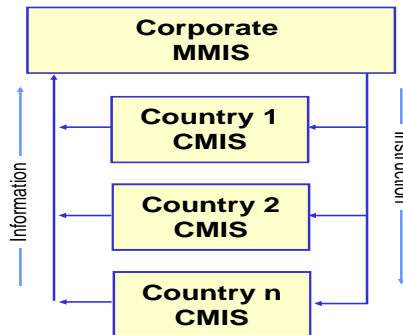
Increased marketing activities by local and multinational firms has generated not only more data, but also understanding of its need. In addition to the changes in the quantity and type of information needed, there has been increase in competent agencies whose primary functions are to gather information. As firms become established, and their information needs shift from those necessary to make initial market investment decisions those continuous operation, there is a growing demand for continuous source of information both at the country operational level and at the worldwide corporate level. However as the abundance of information increases, it reaches of “information overload” and requires systematic methods of sorting, interpreting and analysing data. Strictly speaking, companies need multinational marketing information system.

Multinational marketing information system is very similar to information system, both of them contributes toward decision making, moreover both of these phenomena consists of people, machines and procedures designed to produce relevant information to management. There is minor difference between these two:

- scope
- Level of information

This means, that multinational marketing information system covers two or more countries and operates at each country level.

Multinational Marketing Information System



Source: Cateora P & Ghuari P.2005

8-16

MANAGERIAL ROLES AND IMPLICATIONS

In developing of multinational marketing information system it is necessary to create country marketing information system to each given county/market. Because there can be significant differences between markets where company operates in. Once CMIS is adjusted to every country, then whole system of MMIS is designed and ready to contribute to company's management.

In order to understand the importance of MMIS to marketing management, we need to familiarise ourselves to what is the role of manager and what information they need for decision making. (Mintzberg 1983) suggests that managerial activities fall into 3 categories: interpersonal, information processing and decision making. An important interpersonal role is that of figurehead for the organisation. Second, a manager acts as a leader, attempting to motivate subordinates. Lastly, managers act as a liaison between various levels of the organisation and, within each level, among levels of the management team.

A second set of managerial roles, termed as informational roles, can be identified. Managers act as the nerve centre for the organisation, receiving the latest, most concrete, most up-to-date information and redistributing it to those who need to know.

A more familiar set of managerial roles is that of decisional roles. Managers act as entrepreneurs by initiating new kinds of activities; they handle disturbances arising in the organisation; they allocate resources where they are needed in the organisation; and they mediate between groups in conflict within the organisation.

In the area of interpersonal roles, information systems are extremely limited and make only indirect contributions, acting largely as a communications aid in some of the newer office automation and communication-oriented applications. These systems make a much larger contribution in the field of informational roles; large-scale MIS systems, office systems, and professional work stations that can enhance a manager's presentation of information are significant. In the area of decision making, only recently have decision support systems and microcomputer-based systems begun to make important contributions.

While information systems have made great contributions to organisations, until recently these contributions have been confined to narrow, transaction processing areas. Much work needs to be done in broadening the impact of systems on professional and managerial life.

CONCLUSION

Information systems have to be designed to meet the way in which managers tend to work. Research suggests that a manager continually addresses a large variety of tasks and is able to spend relatively brief periods on each of these. Given the nature of the work, managers tend to rely upon information that is timely and verbal (because this can be assimilated quickly), even if this is likely to be less accurate than more formal and complex information systems.

Managers play at least three separate roles: interpersonal, informational and decisional. MIS, in electronic form or otherwise, can support these roles in varying degrees. MIS has less to contribute in the case of a manager's informational role than for the other two.

Three levels of decision making can be distinguished from one another: strategic, control (or tactical) and operational. Again, MIS has to support each level. Strategic decisions are characteristically one-off situations. Strategic decisions have implications for changing the structure of an organisation and therefore the MIS must provide information which is precise and accurate. Control decisions deal with broad policy issues and operational decisions concern the management of the organisation's marketing mix.

To conclude we can say, that multinational marketing information systems are intended to support management decision-making internationally. Hence, therefore MMIS is more complex phenomenon than MIS, because it has to bring several MIS of different countries in coordination.

References

1. Agnilar, F.. 1967. Scanning The Business Environment. New York: Macmillan
2. Evans M & Piercy N., year. Managing marketing information. - no place of publication :Croom Helm
3. Cateora P & Ghuari P.2005. International Marketing. 2nd ed. Berkshire: McGraw Hill
4. Kotler, P., 1988. Marketing Management: Analysis Planning and Control. - no place of publication : Prentice-Hall
5. Mintzberg H. 1983. The Nature of Managerial Work.- no place of publication: Prentice-Hall
6. <http://www.fao.org/docrep/w3241e/w3241e0a.htm> (Retrieved on 27th of July)
7. <http://www.fao.org/docrep/w5973e/w5973e0b.htm> (Retrieved on 27th of July)

მარიამ ჯიბუტი

*ივ. ჯავახიშვილის სახელობის თსუ
ეკონომიკისა და ბიზნესის ფაკულტეტის
II კურსის სტუდენტი
ხელმძღვანელი: ეკონომიკის დოქტორი,
პროფესორი ლეილა ქადაგიშვილი*

ფრენშაიზინგის ბანკოთარება: პრობლემები, პერსპექტივები

მსოფლიო სამეურნეო პრაქტიკა ადასტურებს, რომ თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკა ეფუძნება ორ ძირითად ფენომენს: მსხვილ ორგანიზაციულ სამეურნეო სტრუქტურებს და მცირე ბიზნესს. ისინი თითქოს ურთიერთსაწინააღმდეგო, ურთიერთგამომრიცხავ პრინციპებს ეყრდნობიან, რადგან მათი მიზნები, საქმიანობა მასშტაბი განსხვავებული მიდგომების საფუძველზე ყალიბდება. მსხვილი სტრუქტურა თანამედროვე საბაზრო ეკონომიკის კარკასის მზიდი კონსტრუქციაა, ხოლო მცირე ბიზნესი ხელს უწყობს კონკურენტული გარემოს შექმნას, უზრუნველყოფს მოქნილობას და ინდივიდუალიზაციის პროცესის გადრმაგებას. ამიტომ ეს ორი სტრუქტურა ერთმანეთს ავსებს. ასეთი ურთიერთობები ჯერ კიდევ XVIII საუკუნეში წარმოიშვა დიდ ბრიტანეთში და მას „გადაბმული სახლების“ სისტემა ეწოდა. ამ სისტემის არსი ის იყო, რომ ბრიტანეთის მთავრობამ ალკოჰოლური სასმელების გაყიდვა შეზღუდა და ვაჭრობის უფლება მისცა მხოლოდ ლიცენზიის მქონე ფარდულების მფლობელებს. „გადაბმული სახლების“ სისტემამ დაამტკიცა, რომ იგი არის ეფექტიანი სამეურნეო მექანიზმი. ეს სისტემა შემდგომში განვითარდა, გაფართოვდა და ფრენშაიზინგი ეწოდა. ფრენშაიზინგი უკავშირდება სამეწარმეო საქმიანობას და განიხილება, როგორც მატერიალური დოვლათის შექმნის სტრატეგია. „ფრენშაიზი“ ფრანგული – ფრანშიზადან მომდინარეობს და „პრივილეჯიას“, „შელავათს“ ნიშნავს. ფრენშაიზინგის სისტემა გეთავაზობს მთელ რიგ დამატებით შეღავათებს, უზრუნველყოფს აპრობირებული ბიზნეს-მოდელის დანერგვას და მუშაობს ხანგრძლივი პერიოდის განმავლობაში.

ბიზნესის ორგანიზების ფრენშაიზინგული ფორმა მეწარმეს უკვე ცნობილი საქონლის გაყიდვის ან მომსახურების გაწევის უფლებას აძლევს, ანუ ეს არის ლიცენზია, რომელიც იძლევა უფრო მსხვილი კომპანიის სავაჭრო ნიშნის გამოყენების შესაძლებლობას, ან მისი საქონლის სხვა რეგიონში გაყიდვის უფლებას. ამ უფლების გამო, ფრენშაიზინგის მფლობელი, როგორც წესი, წვრილი ფირმის მეპატრონე, მსხვილი ფირმის მეპატრონეს-ფრენშაიზინგის წარმომადგენელს უხდის ერთჯერადად, ხოლო შემდგომში ყოველთვიურ შენატანს.

ფრენშაიზინგის სისტემის ჩამოყალიბება ეკონომიკური აუცილებლობიდან გამომდინარეობდა. XIX საუკუნეში აშშ-ში გაჩნდა ბიზნესის გაფართოების ახალი მოდელი, რომელიც თანამედროვე ფრენშაიზინგის ელემენტებს მოიცავდა. საკერავი მანქანების მწარმოებელმა კომპანიამ „ზინგერმა“ მოინდომა დისტრიბუტორთა მეშვეობით საქონლის გაყიდვის რაოდენობის გაზრდა სხვადასხვა ქვეყანაში. კომპანია „ზინგერის“ ფრენშაიზინგის სისტემა გახდა მთელ რიგ დარგებში ფრენშაიზინგის განვითარების საფუძველი. 1898 წელს კომპანია „ჯენერალ მოტორსმა“ დამოუკიდებელი ორგანიზაციები გამოიყენა დისტრიბუტორებად, რათა გასაღების სისტემაში საკუთარი დანახარჯები შეემცირებინა. კომპანიამ დამოუკიდებელ ორგანიზაციებს მიჰყიდა მისი პროდუქციით ვაჭრობის უფლება გარკვეულ პერიოდში გარკვეულ ტერიტორიებზე. კომპანია დისტრიბუტორებისაგან ითხოვდა საქმეში საკუთარი კაპიტალის დაბანდებას

და მომსახურების მაღალი დონის შენარჩუნებას. ამასთან, კომპანია დისტრიბუტორებს აძლევდა გარანტიას, რომ მათ ტერიტორიაზე სხვა დისტრიბუტორი, რომელიც „ჯენერალ მოტორსის“ ავტომანქანების გაყიდვით იქნებოდა დაკავებული, მას კონკურენციას არ გაუწევდა.

„ფრენშიაზინგი“ წარმატებით გამოიყენება უაღკოპოლო სასმელების ინდუსტრიაში. ცნობილია კომპანიებმა „კოკა-კოლამ“ და „პეპსიმ“ ფრენშიაზინგის სისტემა გამოიყენეს ბიზნესის გაფართოებისათვის. ამ სისტემის მეშვეობით ეს კომპანიები საერთაშორისო ბიზნესის გრანდებად გადაიქცნენ. ფართოდ გავრცელდა „ფრენშიაზინგი“ ნავთობის გადამამუშავებელ კომპანიებში, რომლებიც ნავთობპროდუქტების გაყიდვას ძირითადად ფრენშიაზინგის სისტემით ახორციელებენ.

XX საუკუნის 30-იანი წლებიდან ფრენშიაზინგი იქცა ნაკლებრისკიან ხელსაყრელ კომერციულ სისტემად, რომელსაც სარგებელი მოჰქონდა როგორც ფრენშიაზინგის გამცემისათვის (მსხვილი საწარმო), ისე ფრენშიაზინგის მიმღებისათვის (ოპერატორი მცირე საწარმო). ფრენშიაზინგი იღებს ვალდებულებას მოამარაგოს ოპერატორი თავისი საქონლით, ტექნოლოგიებით, გაუკეთოს რეკლამა, იყოს თავდები სესხის აღებისას. ოპერატორი კი ვალდებულია აწარმოოს და გაასაღოს მხოლოდ მისი საქონელი და ბიზნესს უხელმძღვანელოს ფრენშიაზინგის მითითებით.

ფრენშიაზინგი სასყიდლიან ხელშეკრულებათა რიცხვს მიეკუთვნება. უსასყიდლო ფრენშიაზინგის ხელშეკრულება პრაქტიკულად შეუძლებელია, ვინაიდან ფრენშიაზინგის ხელშეკრულების ერთ-ერთი ძირითადი ნიშანია ფრენშიაზინგის მიმღების მიერ საზღაურის გადახდა. ფრენშიაზინგის სახელის და სავაჭრო მარკის გამოყენებისათვის ოპერატორი საწარმო ფრენშიაზინგს უხდის ერთდროულ, თავდაპირველ გადასახადს მისი სახელით მოქმედების უფლებისათვის. ფრენშიაზინგი ადგენს პროდუქციის რეალიზაციიდან გადასახადის ნორმატივს. გადასახადი რეალიზაციის 2-3%-ის ფარგლებში მერყეობს. თუმცა არის სხვა განაკვეთებიც. მაგალითად, კომპანია „მაკდონალდს“ ფრენშიაზინგები უხდიან რეალიზაციის 12%-ს. ხელშეკრულებაში გათვალისწინებულია გადასახადის სხვა ფორმაც (მაგალითად, სავაჭრო მარკის გამოყენება), რომელიც შეიძლება 1-5% იყოს [2].

მსოფლიოში 10 ყველაზე პოპულარული ფრენშიაზინგული კომპანიები: 1. Hampton Hotels 2. ampm 3. McDonald's 4. 7-Eleven Inc. 5. Supercuts Request Info 6. Days Inn 7. Vanguard Cleaning Systems 8. Servpro 9. Subway 10. Denny's Inc. ფრენშიაზინგმა გარკვეული განვითარება საქართველოშიც ჰპოვა. ამის მაგალითია XX საუკუნის ბოლოს საქართველოში „კოკა-კოლას“ შემოსვლა. ამ კომპანიამ საქართველოში შემოიტანა ინვესტიციები, დაასაქმა ასეულობით ადამიანი. საქართველოში იგი ერთ-ერთ მსხვილ გამამხდელად მიიჩნევა. „კოკა-კოლას“ გარდა საქართველოში ფრენშიაზინგის სისტემით მუშაობენ ისეთი საერთაშორისო ტრანსეროვნული ორგანიზაციები, როგორცაა „მაკდონალდსი“, „ბასკინრობინსი“, „ტოიოტა“, მაღაზიების ქსელი „ბაბილონი“, „ბატა“ და ა.შ. [3]. საქართველოში უმეტესად ფრენშიაზინგს გასცემს სხვა ქვეყნის წარმატებული და ცნობილი კომპანია, რომელსაც აქვს ფრენშიაზინგის ხელშეკრულების დადების კარგი გამოცდილება და დიდი კომერციული პოტენციალი, რაც ფრენშიაზინგს საშუალებას აძლევს მაქსიმალურად გაითვალისწინოს საკუთარი ინტერესი და მაქსიმალურად გადაუნაწილოს რისკი მომავალი ფრენშიაზინგის მიმღებს. უკეთესი იქნებოდა, თუ ფრენშიაზინგი საქართველოს მსხვილ და მცირე საწარმოებს შორის განვითარდებოდა. მისი ელემენტები გამოჩნდა კომპანია „ყაზბეგისა“ და „ნიკორას“ მაგალითზე. ამ სისტემით კომპანია „ყაზბეგმა“ გახსნა 100-ზე მეტი ბარ-რესტორანი, სადაც მხოლოდ ყაზბეგის ლუდი

იყიდება. ქართველ მეწარმეებს ამ მიმართულებით მუშაობის გამოცდილება აკლიათ [1]. დღეისათვის კომპანია „ყაზბეგის“ მიერ გახსნილი ბარ-რესტორნების მხოლოდ 40% მუშაობს, დანარჩენი გაკოტრდა. რამ გამოიწვია გაკოტრება? ალბათ კომპანია ყაზბეგს ნაკლებად ჰქონდა გათვალისწინებული ის, რომ პარტნიორთა ინტერესები დაცული უნდა ყოფილიყო ტერიტორიული ლიცენზირების მეთოდით. ამიტომ გაკოტრების დონემ მაღალი მანვერეული აჩვენა.

საქართველოში ფრენჩაიზინგის სისტემის განვითარება ხელს შეუწყობს ქვეყანაში კონკურენტუნარიანი დარგების გამოკვეთას და ქვეყნის ჩართვას გლობალურ ეკონომიკაში. ფრენჩაიზინგის განვითარებას შედეგად მოჰყვება წარმოების აღორძინება-განვითარება, ინოვაციების შემოტანა, ახალი სამუშაო ადგილების შექმნა და მოსახლეობის სოციალური მდგომარეობის გაუმჯობესება.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ლ. ქადაგიშვილი. ფრენჩაიზინგი-ბიზნესის მართვის წარმატებული ფორმა, ჟურნალი „საქართველოს ეკონომიკა“ №4, თბილისი, 2010, გვ77.
2. Малый бизнес, под. ред. В. Я. Горфинкеля, М., 2009, с.53.
3. www.franchisegeo.org.ge.

Jibuti Mariam

Undergraduate Student of TSU

DEVELOPMENT OF FRANCHISING: PROBLEMS, PERSPECTIVES

Summary

Work provides analysis of the substance of franchising; it provides study of the activities of ten world leading companies using franchising system for expanding of their businesses. Directions of franchising development are determined on the example of large and small enterprises of Georgia. Work demonstrates that development of franchising system would contribute to development of the competitive industries and involvement of the country into global economy. Franchising development will result in revitalization of production, introduction of innovations, creation of new jobs and improvement of the social condition of the population.

ინფორმაცია

ჟურნალ ეკონომისტის რედაქცია აცხადებს კონკურსს პრემიის მოსაპოვებლად 2013 წელს ჟურნალში გამოქვეყნებული საუკეთესო სტატიისათვის. პრემია მიეკუთვნება სტატიას, რომელსაც გამოავლენს მაღალკვალიფიციური ჟიური, სამეცნიერო სტატიისათვის წაყენებული მოთხოვნებიდან გამომდინარე.

პრემიის მფლობელს გადაეცემა შესაბამისი დიპლომი და ფულადი პრემია 300 ლარის ოდენობით.

2008 წლიდან დაარსდა პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის სამეცნიერო შრომების კრებული, რომელიც გამოდის პერიოდულად.

შრომების კრებულში დაიბეჭდება მეცნიერ ეკონომისტთა (მეცნიერებათა დოქტორები, აკადემიური დოქტორები) შრომები, ასევე, ბაკალავრების, მაგისტრების, დოქტორანტებისა და პრაქტიკოს ეკონომისტთა სათანადო მეცნიერული დონის სტატიები.

ავტორთათვის კრებულში სტატიების გამოსაქვეყნებლად მოქმედებს შემდეგი წესები:

1. კრებულში გამოსაქვეყნებლად განკუთვნილი სამეცნიერო ნაშრომები უნდა იყოს დამოუკიდებელი კვლევის შედეგი. ნაშრომი არ უნდა არღვევდეს საავტორო უფლებებს და არ უნდა იყოს გამოქვეყნებული რომელიმე სხვა ორგანოში.
2. რედაქციაში წარმოდგენილი სტატიის ორიგინალი ხელმოწერილი უნდა იყოს ავტორის, ხოლო თანაავტორობის შემთხვევაში ყველა თანაავტორის მიერ სახელის, გვარის, სამუშაო ადგილის, სამეცნიერო ხარისხისა და წოდების, სრული საფოსტო მისამართის, ტელეფონის, ფაქსის, ელექტრონული ფოსტის მითითებით.
3. სტატია დაბეჭდილი უნდა იყოს 1,5 ინტერვალით, A4 ფორმატზე, 12 ფონტით. რედაქციაში სტატიების წარმოდგენა აუცილებელია ორ ნაბეჭდ ეგზემპლარად, ელექტრონულ ვერსიასთან ერთად (MS WORD, ქართული ტექსტი შრიფტით ACADNUSX, ხოლო ინგლისური – TIMES NEW ROMAN).
4. ერთი გვერდის ღირებულებაა 5 ლარი.

ნაშრომების გამოგზავნა შეგიძლიათ ელექტრონული ფოსტით შემდეგ მისამართზე: economics_institute@yahoo.com, nbibilashvili@rambler.ru

ინსტიტუტის ხელმძღვანელობა და კრებულის რედაქცია მზადაა თანამშრომლობისათვის.

ღამათაპითი ცნობებისათვის დაგვიკავშირდით შემდეგ მისამართზე:
ქ. თბილისი, ქიქოძის ქ. №14, ტ.: 299-68-53.

**პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის
გამომცემლობა**

ქართულ, რუსულ და ინგლისურ ენებზე

შეღავათიან ფასებში

გთავაზობთ ნებისმიერ საგამომცემლო საქმიანობას:

- მასალის აკრეფა, დაკაბადონება, რედაქტირება

გამოიცემა:

- სამეცნიერო წიგნები და ნაშრომები, ენციკლოპედიები, ლექსიკონები, ცნობარები
- პერიოდული გამოცემები (სამეცნიერო შრომათა კრებული, სამეცნიერო ჟურნალები, კონფერენციის მასალები)
- ორიგინალური და ნათარგმნი მხატვრული ლიტერატურა, სახელმძღვანელოები, საბავშვო წიგნები, ალბომები და გზამკვლევები
- ელექტრონული დარგობრივი ჟურნალები

მისამართი: თბილისი, გერონტი ქიქოძის ქ. №14

293 22 60; 551 10 07 04.

ელ.ფოსტა: economics_institute@yahoo.com

ჟურნალ "ეკონომისტიში" სტატიების წარმოდგენის წესები

1. ჟურნალში გამოსაქვეყნებლად განკუთვნილი სამეცნიერო ნაშრომები უნდა იყოს დამოუკიდებელი კვლევის შედეგი. ნაშრომი არ უნდა არღვევდეს საავტორო უფლებებს და არ უნდა იყოს გამოქვეყნებული რომელიმე სხვა ორგანოში.
2. რედაქციაში წარმოდგენილი სტატიის ორიგინალი ხელმოწერილი უნდა იყოს ავტორის, ხოლო თანაავტორობის შემთხვევაში ყველა თანაავტორის მიერ სახელის, გვარის, სამუშაო ადგილის, სამეცნიერო ხარისხისა და წოდების, სრული საფოსტო მისამართის, ტელეფონის, ფაქსის, ელექტრონული ფოსტის მითითებით.
3. სტატია დაბეჭდილი უნდა იყოს 1,5 ინტერვალით, A4 ფორმატზე, 12 ფონტით. რედაქციაში სტატიების წარმოდგენა აუცილებელია ორ ნაბეჭდ ეგზემპლარად, ელექტრონულ ვერსიასთან ერთად (MS WORD, ქართული ტექსტი შრიფტით ACADNUSX, ხოლო ინგლისური TIMES NEW ROMAN).
4. ჟურნალში სტატიები გამოქვეყნდება რედაქციაში მათი შემოსვლის რიგის მიხედვით. რედაქციის მიერ სტატიის წარმოდგენის თარიღად ჩაითვლება რედაქციის მიერ საბოლოო ტექსტის მიღების თარიღი.
5. სტატია, რომელიც სრულად არ პასუხობს ზემოთ მოყვანილ მოთხოვნებს, რედაქციის მიერ არ მიიღება.
6. ერთი გვერდის ღირებულებაა 5 ლარი.

ნაშრომების გამოგზავნა შეგიძლიათ ელექტრონული ფოსტით შემდეგ მისამართზე: economics_institute@yahoo.com, tealazarashvili@rambler.ru

ინსტიტუტის ხელმძღვანელობა და ჟურნალის რედაქცია მზადაა თანამშრომლობისათვის.

დამატებითი ცნობებისათვის დაგვიკავშირდით შემდეგ მისამართზე:

ქ. თბილისი, ქიქოძის ქ. №14, ტ.: 293-34-44; 599 97 01 03.

GEL

მიმღები	მიმღები: თსუ/ანგარიში პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტისათვის
	მიმღების IBAN ანგარიშის # GE72 BR00 0001 0405 5894 42
მიმღების ბანკი	ს.ს. ბანკი „რესპუბლიკა“
	ბანკის BIC კოდი: REPLGE22

**THE RULES OF HANDING IN SUBMISSION THE REPORTS TO THE
JOURNAL “ECONOMIST”**

1. Scientific works sent to publish should be the result of independent research. The work should guarantee copyrights and should not be published in other organs.
2. An original paper sent to editorial board must be signed by the author, and in case of coauthorship – by all authors, providing names, first names, position, degrees, titles, full address, telephone, fax and e-mail.
3. The paper should be printed by computer with 1,5 spacing, A4 format, 12 font. The articles should be sent to editorial board in two printed copies together with electronic version (MS WORD, Georgian text font - AcadNusx, English text font - Times New Roman).
4. Articles are published in succession of their receiving by the editorial staff. If an article is sent back to the author for revision the data of receiving the final text is regarded as date of submission for consideration.
5. Price of a page – 10 \$.

The paper not meeting these requirements is not taken for consideration.

The articles should be sent by e-mail to the address: **economics_institute@yahoo.com, tealazarashvili@rambler.ru**

Institute managers and editorial staff is ready for collaboration.

For additional information, please, connect to the address: Tbilisi, 14 Kikodze str., tel: 293 34 44

USD

BENEFICIARY	Beneficiary's name: TBILISI STATE UNIVERSITY
	Beneficiary's IBAN NO: GE72 BR00 0001 0405 5894 42
BENEFICIARY BANK	BANK “REPUBLIC” Tbilisi, Georgia
	Correspondent Acc. 00195464 SWIFT: REPL GE 22
INTERMEDIARY BANK	SOCIETE GENERALE, N.Y., USA
	SWIFT: SOGE US 33

ჟურნალი “**ეკონომისტი**”

მისამართი: თბილისი, 0105, გ. კიკოდის ქ. 14; ტელ.: 293 34 44; 599 970103.
E-mail: economics_institute@yahoo.com

Journal “**Economisti**”

Edress: Tbilisi, 0105, Kikodze street, tel. (+995 32) 293 34 44; 599 970103
E-mail: economics_institute@yahoo.com

თსუ პაატა გუგუშვილის ეკონომიკის ინსტიტუტის გამომცემლობა

რედაქტორი **ნატო აბესაძე**

Publishing House of Paata Gugushvili Institute of Economics of TSU

Redactor **Nato Abesadze**