

Ю. С. Глушач,
старший викладач кафедри статистики, обліку та аудиту,
Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків

РЕЙТИНГ ЯК ІНСТИТУТ ЦИФРОВОЇ ЕКОНОМІКИ

U. Glushach,
Senior teacher of department of statistics, account and audit, Kharkov national university of the name of V.N. Karazina

RATING AS AN INSTITUTION OF DIGITAL ECONOMY

Лавиноподібне нагромадження різноманітної інформації, зростання інформаційного перевантаження обумовлює суттєві зрушення в опрацюванні інформації та її використання для ведення господарської діяльності, необхідність усвідомлення і наукового аналізу певної системи правил, які конституують цей процес. З огляду на це, в статті розкривається зміст процесу формування рейтингової оцінки як похідний від зміни технологічного устрою і ускладнення господарських взаємовідносин. Обґрунтовано роль рейтингу як ефективного консолідуючого інструменту для прийняття рішень в умовах інформаційної недосконалості, що підтверджується великим попитом на його практичне застосування і перетворює його на важливий інститут цифрової економіки.

Охарактеризовано модель побудови рейтингу. Дано класифікацію рейтингів за методологічними ознаками. Виокремлені основні функції рейтингу в контексті трансформаційних перетворень господарської системи.

Avalanche accumulation of various information together with excessive amount of data brings significant changes in information processing and its usage in conducting business activities. This situation calls for awareness and scientific analysis of a certain system of rules that constitute this process. In view of this, the content of rating assessment process has been revealed as the derivative of technological change and complicated economic relations. The article substantiates the role of the rating as an effective consolidating tool for decision making under the conditions of information imperfection, which is confirmed by great demand for its practical application and transforms it into an important institute of digital economy.

The ranking model has been developed and ranking classification based on methodological principles has been presented. The main functions of rating are outlined in the context of economic system transformations.

*Ключові слова: інститут, інформація, рейтинг, функції рейтингу, інститут цифрової економіки.
Key words: institute, information, rating, functions of rating, institution of digital economy.*

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Система оцінки в глобальному економічному просторі базується на швидкому аналізі значних обсягів інформації, що часто призводить до помилкових рішень, прийнятих на основі евристик. В умовах інформаційної недосконалості важливим інструментом серед ринкових сигналів стає рейтинг, як комплексна оцінка стану об'єкту (суб'єкту господарської діяльності).

Рейтинги, як інструмент систематизації даних, що віддзеркалює положення та перспективи розвитку об'єкту дослідження, стають все більш популярними.

Рейтингові оцінки конкурентоспроможності національних економік, бізнес-клімату, рівня економічної

свободи, корумпованості суспільства, розвитку людського потенціалу та інших характеристик все частіше використовують для визначення можливостей інтеграції країн у міжнародний економічний простір.

Не зважаючи на те, що все більше науковців проводять дослідження в сфері рейтингування, коло їх наукових інтересів в основному стосується питань методології та інтерпретації рейтингової оцінки.

У науковій літературі рейтинг не розглядається як важливий інструмент в механізмі господарських трансформацій, який здатен в умовах інформаційного перевантаження та інформаційної асиметрії унормувати процес консолідації значних обсягів інформації, зменшити

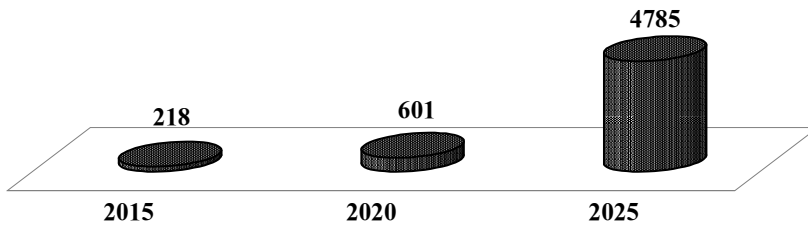


Рис. 1. Кількість інтерактивних взаємодій на душу населення в день (2020, 2025 прогноз)

Джерело: складено авторами за [Data].

невизначеність в умовах гіпердинамічного розвитку цифрової економіки. Цим пояснюється важливість і актуальність проведеного в статті дослідження рейтингу як важливого інституту цифрової економіки.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Дослідження науковців у сфері рейтингування обумовлені потребою постійного відслідковування стану та тенденцій розвитку країн у світовому просторі, що здійснюється за використанням рейтингових систем. Такі вітчизняні науковці, як Б. Данілишин та О. Веклич [1] активно досліджують міжнародні рейтинги і інтерпретують їх результати. О. Івашук і А. Арсененко [2; 3] вивчають позиціонування країн у світових рейтингах за основними критеріями відкритості та глобалізованості національних економік.

Рейтинги мега, макро, мікро рівнів країн, регіонів, кампаній є широко вживаними і популярними [4—9]. Постійно з'являються нові рейтинги [10; 11, с. 126—127; 12, с. 48—49]. Виокремився окремий розділ навчальних програм, який узагальнює досвід створення і використання рейтингів.

Разом з існуванням широкого різноманіття підходів до визначення сутності рейтингу та інших елементів категоріального апарату процесу рейтингової оцінки, виявляється певна неоднозначність та проблемні моменти, а саме:

- відсутні усвідомлення "рейтингу" як закономірної властивості цифрової економіки;
- не вистачає системної характеристики функцій рейтингу в процесі сучасної господарської діяльності;
- майже не приділяється увага важливості рейтингової оцінки для самого об'єкта рейтингування, хоча він нині є одним із першочергових орієнтирів для вибору напрямку і шляхів його господарських трансформацій.

МЕТА СТАТТІ

Метою статті є на основі розкриття змісту рейтингування і функцій рейтингу обґрунтувати, що в умовах цифрової економіки рейтинг стає інститутом господарської системи.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Визначальною властивістю цивілізаційного тренду — розвитку цифрової економіки є лавиноподібне нагромадження різноманітної інформації. Постійно зростають її обсяги, швидкість, інтенсивність та масштаби комунікування для кожного індивіда. У 1975 р. цей феномен отримав назву — інформаційний вибух. З 2008 року редактором журналу Nature К. Лінчем у процесі підго-

товки спецвипуску, присвяченому вибуховому збільшенню світових обсягів інформації, було введено категорію Big data (величина потоків даних понад 100 Гб на день).

У 2002 р. людством було вироблено $18 \cdot 10^{18}$ байт (18 Ексабайт) інформації. Її обсяг у світі збільшується щорічно на 30%, а в середньому на людину створюється $2,5 \cdot 10^8$ байт. В дослідженні, проведеному компаніями Seagate і IDC

відзначається, що за дев'ять років обсяг цифрових даних у світі виросте в десятки разів: якщо в 2016 році обсяг даних вимірювався 16 Збайт (Зеттабайт), то до 2025 р. цей показник збільшиться до 163 Збайт. Приблизно 60% цієї інформації в світі будуть генерувати компанії. Завдяки концентрації величезної кількості даних у керівників організацій з'явиться безліч корисних можливостей і проблем для зростання і розширення бізнесу.

У IDC очікують, що до 2025 року близько 20% всієї інформації в глобальній інфосфері гратимуть критично важливу роль в повсякденному житті, а приблизно 10% цих даних будуть "надкритичними". Крім того, прогнозується, що в 2025 році майже 20% генерованих даних будуть являти собою інформацію, що отримується в режимі реального часу [13].

Загроза інформаційного потопу, тобто неконтрольованого збільшення кількості інформації, робить практично безглуздими спроби якимось чином управляти інформаційними процесами [14]. Інформаційний вибух таїть у собі не меншу небезпеку, ніж демографічний. За Мальтусом, людство як виробник відстає від себе ж як споживача, тобто мова йде про співвідношення сукупної біологічної маси й сукупного економічного продукту людства. Але в змаганні із самим собою в людства все-таки набагато кращі шанси, чим в індивіда в змаганні з усім людством. Якщо матеріальне виробництво суспільства відстає від його ж матеріальних потреб, то ще більше відстає інформаційне споживання індивіда від інформаційного виробництва суспільства. Це криза не перенаселеності, а недорозуміння, криза родової ідентичності. Людство може себе прогнати — але чи може воно себе зрозуміти, охопити розумом індивіда те, що створено видовим розумом? [15].

Феномен інформаційного вибуху спричинив шок як в масовій свідомості, так і в експертній спільноті, набуваючи характер нового міфу і навіть апокаліптичного колориту [16, с. 89]. Негативний ефект зростання інформаційних потоків для людини М. Епштейн назвав "інформаційною травмою" [15]. Сума всієї інформації, виробленої людством, стає все менш доступною одному індивіду, який відчуває свою неспроможність повноцінно співвідноситися з навколишнім інформаційним середовищем. Інформаційне перевантаження, інформаційний дефіцит, зростання незатребуваних відомостей — це реакція людей, обумовлена нерозумінням того, що відбувається [16, с. 88].

Лавиноподібно зростає кількість інтерактивних взаємодій (рис. 1).

Зростання інформаційного перевантаження — ситуація, коли зі збільшенням обсягів інформації, що

надходить до людини, знижується ефективність її обробки, аналізу та інтерпретації. Нині інформаційне перевантаження стосується майже всіх, хто підключений до Інтернет-середовища. В процесі подолання цієї проблеми людина тим чи іншим чином намагається фільтрувати інформацію, тому що переробити весь її обсяг неможливо. Фільтрація може відбуватися шляхом усвідомленої відмови від доступу інформації з певних джерел, або шляхом орієнтації на думку експертів, у цій сфері, які своїми інтерпретаціями події в принципі можуть впливати на думки людей.

Також цифрова економіка характеризується суттєвою інформаційною асиметрією, тобто нерівномірним розподілом між ринковими гравцями інформації, необхідної для прийняття господарських рішень на всіх рівнях функціонування економіки. Кожному учаснику економічних відносин доступний лише обмежений об'єм інформації, що безпосередньо впливає на ефективне функціонування всіх елементів та учасників господарських відносин. Інформація, перетворюючись з елементу ринкової інфраструктури в повноправний стратегічний ресурс, змінює власну роль в економічних відносинах, одночасно генеруючи принципово нові проблеми для економіки, на які наразі не існує адекватної системи протидії.

Відкриття сигналізованих потоків в економіці у вигляді інформації є особливо важливим в умовах сучасного цифрового господарства, бо осмислений вибір між ними потребує знань, які далеко перевищують можливості пересічної людини. Не можна не погодитись з думкою Хайєка щодо принципової обмеженості людського знання (людина використовує те знання, яке може збагнути), щодо фрагментарності індивідуальних знань та їх розпороченості між людьми [17].

Асиметричність розподілу в зовнішньому і внутрішньому середовищі не тільки самої інформації, але й організаційно-інституціональної комбінаторики її пошуку, створення, відновлення й використання, є найважливішими детермінантами когнітивних меж людини. Зрозуміло, що в таких умовах споживач самостійно не завжди спроможний зробити вибір і може стати об'єктом багаточисельних свідомих і несвідомих маніпуляцій.

"Розвиток суспільства втрачає передбачуваність. Зростає невизначеність розвитку внаслідок:

- лавиноподібного зростання обсягів інформації про потреби, цінності, мотиви людської діяльності, які зазнають постійних змін, а також про темпи й динамізм економічних процесів;

- асиметрії не лише в розподілі інформації у метасторі, але й асиметрії у перетворенні її на знання;

- створення технологій виробництва асиметрії інформації та управління свідомістю" [18, с. 115].

По мірі того, як ускладнюється процес господарювання, значно збільшується попит на якісну інформацію, її консолідацію на різних рівнях функціонування госпо-

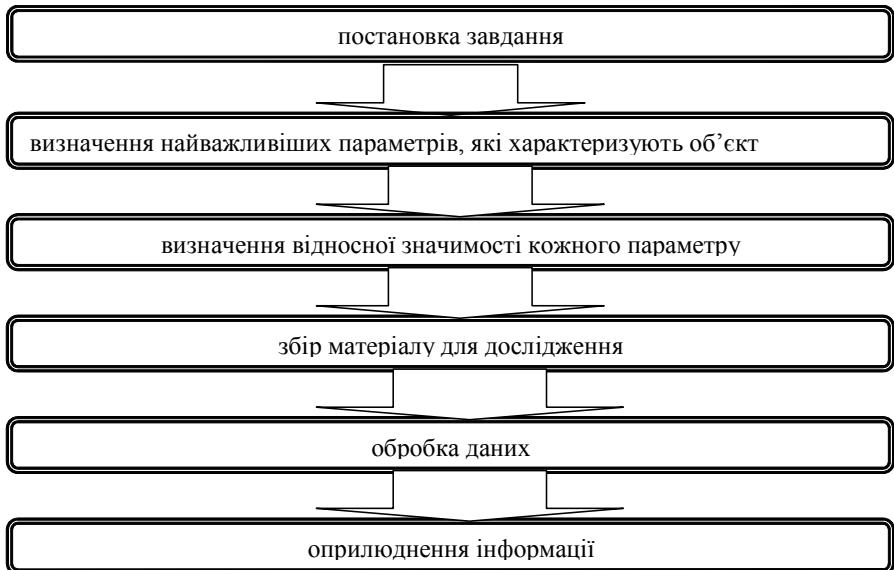


Рис. 2. Основні етапи складання рейтингу

дарюючих суб'єктів і в різних сферах господарства, що обумовлює удосконалення, формування відповідних професійних правил, закріплення їх формальним чином, тобто процесу складання рейтингу. Ускладнена модель господарювання затребувала врахування в процесі оцінювання все більшого переліку факторів, значної кількості якісних і кількісних параметрів, застосування нових засобів та прийомів аналізу. Затребуваною стала професійна діяльність, що передбачає проведення уповноваженим суб'єктом комплексного оцінювання виробничої, фінансово-економічної, маркетингової, кадрової та інших видів діяльності досліджуваного об'єкта та виведення на цій основі рейтингу, який у максимально компактній формі відображає справжній стан об'єкта (його надійність, інвестиційну привабливість, кредитотата платоспроможність тощо) відповідно до розробленої шкали, а також дає змогу сформулювати реалістичний прогноз про його розвиток у коротко- та довгостроковому періоді [19].

Для зниження ступеня невизначеності в процесі прийняття господарських рішень на макrorівні необхідним стає використання інтегрованої комплексної оцінки, тобто параметризація набору показників. Враховуючи відомі підходи щодо визначення основних критеріїв, які висуваються до такої оцінки, визначимо:

- інтегрована комплексна оцінка повинна бути загальноувизнаною;

- інтегрована комплексна оцінка має бути зрозумілою, тобто характеристики та пропорції мають бути сприйнятливими;

- інтегрована комплексна оцінка повинна бути об'єктивною й достовірною.

Саме рейтинг найповніше відповідає вказаним критеріям, будучи комплексною інформацією щодо стану господарської системи, яка подається в максимально згорнутому вигляді.

Більш широко зміст рейтингу трактується як значення певної відносної оцінки, що діє у визначений момент чи протягом певного періоду часу, яку суб'єкт рейтингування в результаті реалізації процесу рейтингування присвоює досліджуваному об'єкту та вважає найопти-

Таблиця 1. Класифікація рейтингів за критеріями методологічної побудови

№ з/п	Ознака класифікації	Типи рейтингів
1	За способом формування рейтингу	Односпискові. Категоріальні
2	За кількістю рейтингових факторів	Однофакторні. Багатофакторні
3	За методом отримання інформації	Аналітичні. адміністративні й віртуальні. Експертні. Гібридні
4	За інструментом отримання інформації	Дистанційні. Інсайдерські (очні)
5	За використаними даними	Оперативні. Кумулятивні
6	За способом отримання вагових коефіцієнтів	Нормативні. Аналітичні. Рівновагові. Евристичні
7	За способом агрегування показників	Адитивні. Мультиплікативні
8	За розвитком методології дослідження	Статичні. Динамічні
9	За видом отриманої оцінки	Кількісні. Порядкові. Рангові
10	За кількістю випусків рейтингового продукту	Періодичні. Неперіодичні

мальнішим для його позиціонування за обраним критерієм чи набором критеріїв серед інших подібних за основними параметрами суб'єктів господарювання [19].

Для бізнесу рейтинги — найважливіша складова в області ділової інформації на всіх рівнях господарської діяльності. Нині дуже зросла суспільна значимість рейтингів, що відображається в емоційності реакції на їхні зміни. Зниження рейтингу найчастіше сприймається як свідчення виникнення проблем і вимагає заходів щодо виправлення ситуації. Рейтинги можуть виступати в якості важливого орієнтиру, подразника, емоційного стимулу.

Першим етапом складання рейтингів є постановка завдання — визначення мети і об'єкту рейтингування, від чого надалі буде залежати вибір методики (рис. 2).

Мета складання рейтингу залежить від користувача рейтингової інформації і визначає вибір інформаційного простору для аналізу і спосіб отримання рейтингової оцінки.

Якщо історично першими замовниками незалежної оцінки були інвестори, які використовували отриману інформацію в процесі прийняття господарських рішень із урахуванням ризиків, то в сучасній економіці мета рейтингування залежить від багатьох чинників, у тому числі, напрямі діяльності та фінансових можливостей організації / установи — замовника, а також рівня функціонування об'єкту рейтингування. Це впливає на вибір суб'єкту, який буде проводити рейтингову діяльність та визначатиме методику складання рейтингів.

У процесі визначення найважливіших параметрів, що характеризують об'єкт рейтингування (2-й етап) та їх відносну значимість (3-й етап), можуть бути викорис-

тані експертна оцінка, опитування цільової аудиторії тощо. Наступним кроком стає збір матеріалу для дослідження (4-й етап), на якому отримуються дані — сукупність (набір) статистичних фактів, відомостей щодо певного процесу або явища за певний період. Факти перетворюються на дані в процесі формалізації, вони ще "...не створюють основу для дій" [20], тобто не є матеріалом для прийняття рішень.

Результатом наступного етапу стає інформація, яка формується в процесі: обробки даних за певними правилами під конкретну мету; порівняння з іншими аналогічними даними щодо інших об'єктів чи процесів, або за інший проміжок часу — в динаміці (5-й етап). Треба зауважити, що з одних тих самих даних після обробки можна отримати різну інформацію в залежності від застосованої методики.

Таким чином, наслідком виконання аналітичної функції є визначення підсумкових результатів щодо кожного об'єкту та їх ранжування відносно отриманих показників, які можуть бути оприлюднені (6-й етап) кількома шляхами:

— офіційне представлення рейтингу, методики його складання та оцінки за кожним параметром;

— представлення тільки рейтингової позиції та числових показників за кожним параметром для кожного з об'єктів рейтингування (найбільш розповсюджений спосіб);

— наведення тільки верхньої частини рейтингу без вказівок конкретних місць об'єктів рейтингування (використовується інколи — коли методика досить сумнівна або складна чи неможливі інші варіанти оприлюднення).

Проведений аналіз наукової літератури щодо процесу побудови рейтингу дозволив їх класифікувати (табл. 1).

За методом отримання інформації для дослідження розрізняють традиційні рейтинги, засновані на оцінці доволі великої кількості об'єктивних показників діяльності об'єкту рейтингування; репутаційні (персоніфіковані або експертні) рейтинги, що базуються на обробці думок експертів, отриманих в результаті опитувань; віртуальні рейтинги, які використовують показники з інтернет-середовища; змішані (гібридні), при складанні яких використовуються складові попередніх методологій [4].

На перший погляд, "ідеальний" варіант процедури рейтингування мав би бути відкритим і автоматизованим. Проте складність господарської діяльності не дозволяє охарактеризувати її без залучення експертної оцінки, використовуючи виключно кількісні параметри і відкриту статистичну інформацію.

У рейтинговій практиці використовують різні види аналізу інформаційних даних та їхньої комбінації: аналіз, що проведений винятково на базі минулої фактичної інформації (аналіз фактів); інформації, що орієнтована в минуле й майбутнє (аналіз подій і відхилень); майбутньої інформації (аналіз запланованих показників).

Як доводить більш ніж столітня історія існування рейтингів, вони є ефективним консолідуючим інструментом (рис. 3), здатним аналізувати та узагальнювати величезні обсяги інформаційного матеріалу в різних сфе-

рах господарювання, що створює основу для їх практичного застосування в процесі вирішення цілої низки господарських проблем, спричинених інформаційною асиметрією на ринках. Необхідність подолання наслідків інформаційних прогалів на всіх рівнях функціонування сучасного господарства постійно збільшує попит на результати рейтингової діяльності, перетворюючи рейтинг на важливий інститут цифрової економіки.

Як видно з рисунка 3, рейтинг у процесі господарської діяльності виконує певні функції: аналітичну функцію, яка виявляється в консолідації значної кількості інформації щодо певного об'єкту (збір, узагальнення та реструктурування фактів, їх селекція та оцінювання; аналіз даних, їх форматування і переформатування; оцінка варіантів тощо), що дозволяє визначити результат його господарської діяльності; сигнальну функцію: на основі отриманої суб'єктом рейтингування оцінки користувач даної інформації (в т.ч. і сам об'єкт рейтингування) отримує сигнал щодо результативності функціонування об'єкту, використання якої є основою прийняття ним (можливо і самим об'єктом рейтингування) певних господарських рішень, у чому виявляється третя основна функція — граундувальна.

У виконанні основних функцій рейтингу існує закономірна послідовність. Науково обґрунтовано, що першою має бути аналітична функція, результат якої надає сигнал користувачу рейтингової інформації щодо стану об'єкту рейтингування. Якщо сигнальна функція стає первинною або рейтинговий результат задається до початку процесу рейтингування, то спотворюється аналітична функція та провокуються маніпуляції в процесі рейтингового дослідження.

ВИСНОВКИ

Необхідність врахування наслідків інформаційного перевантаження, інформаційної асиметрії в процесі прийняття господарських рішень, побудови економічних моделей та пошук методів зменшення невизначеності в умовах гіпердинамічного розвитку цифрової економіки потребувала розвитку процесу рейтингування, результати якого є важливим інструментом в механізмі сучасних господарських трансформацій. Рейтинг як результат унормованого процесу консолідації значних обсягів інформації набуває здатності впливати на вибір акторів у здійсненні господарських перетворень, тим сильніше, чим більше їх поширення, створюючи ілюзію достовірності та надійності, і стає значущим інститутом цифрової економіки.

Таким чином, у статті обґрунтовано роль рейтингу як ефективного консолідуючого інструменту для прийняття рішень в умовах інформаційної недосконалості, що підтверджується великим попитом на його практичне застосування і перетворює його на важливий інститут цифрової економіки; надано характеристику основним етапам складання рейтингу; здійснено класифіка-

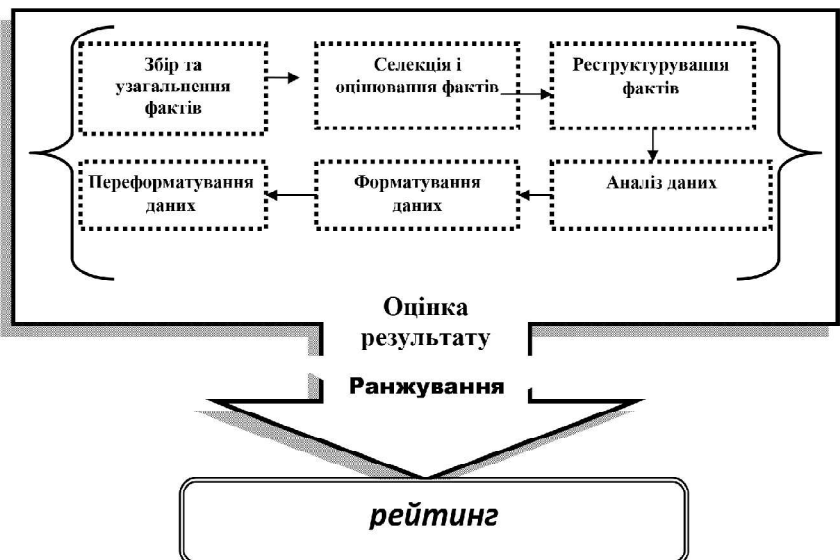


Рис. 3. Рейтинг як результат консолідації інформації

цію рейтингів за методологічними ознаками, виокремлено основні функції рейтингу в контексті трансформаційних перетворень господарської системи.

Література:

1. Данилишин Б. Україна в міжнародних рейтингах устойчивого развития / Б. Данилишин, О. Веклич // Экономика Украины. — 2008. — № 7. — С. 13—23.
2. Іващук О.І. Позиціонування країн у світових рейтингах за основними ознаками рівня відкритості економіки / О.І. Іващук // Вісник Хмельницького університету. — 2009. — № 1. — С. 69—75.
3. Арсененко А.Ю. Порівняльний аналіз умов ведення бізнесу в Україні та постсоціалістичних державах Європейського Союзу / А.Ю. Арсененко [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/portal>
4. Балацкий Е.В. Глобальные рейтинги университетов: проблема манипулирования / Е.В. Балацкий, Н.А. Екимова // Журнал Новой экономической ассоциации 2012. — № 1 (13). — С. 126—146.
5. Горский П. В. Положение об аналитическом рейтинге рангового типа [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.information-technologies.ru/articles/rank-type/>
6. Гусейнова Т., Лапач Д. Инвестиционные рейтинги URL: www.mirec.ru/2011-04/investitsionnie-reitingi
7. Карминский А.М. Надо ли регулировать деятельность рейтинговых агентств? // Глобальные рынки и финансовый инжиниринг. — 2014. — № 1 (1). — С. 25—34. <http://dx.doi.org/10.18334/grfi>
8. Коломієць Г.М. Рейтинги країн за рівнем ІТ-сфери як індикатори розвитку актуальних форм суспільного багатства / Г.М. Коломієць, І.Л. Дідорчук // Бізнес Інформ. — 2015. — № 11. — С. 8—18.
9. Марджинсон С. Способствуют ли рейтинги повышению эффективности? // Международное высшее образование. — 2017. — № 89. — С. 11—13.
10. Как рассчитывается индекс инклюзивного развития и для чего он нужен [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.segodnya.ua/economics/enews/na-vsemirnom-ekonomicheskom-forume-pridumali-alternativu-pokazatelyu-vvp-1108779.html>

11. Ставицька А.В. Оцінка позиціонування країн на світовому ринку інформаційних технологій: статистичні виміри індексного аналізу / А.В. Ставицька // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. — 2017. — Вип. 12 (2). — С. 126—130.

12. Чальцева О.М., Лаврищева А.О. Е-урядування: перспективи впровадження в українському просторі / О.М. Чальцева, А.Р. Лаврищева // Політичне життя: науковий журнал / Донець. нац. ун-т ім. Василя Стуса; редкол.: Нагорняк Т.Л., Примуш М.В., Неприцька Т.І. [та ін.]. — Вінниця, 2017. — № 4. — С. 48—53.

13. Data Age 2025: The Evolution of Data to Life-Critical. Don't Focus on Big Data; Focus on the Data That's Big [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.seagate.com/www-content/our-story/trends/files/Seagate-WP-DataAge2025-March-2017.pdf>

14. Дзялошинский И.М. Медиапространство и медиаобразование mim.org.ru/phocadownload/dzyaloshinsky.pdf

15. Эпштейн М.Н. Информационный взрыв и травма постмодерна / М.Н. Эпштейн // Звезда. — 1999. — № 11. — С. 216—228

16. Игнатов В. Социология информационного общества, 2017 НГТУ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://socio.rin.ru/cgi-bin/article.pl?id=477>

17. Хайек Ф.А. Собрание сочинений [Электронный ресурс] / Ф.А. Хайек. — Режим доступа: http://libertarium.ru/14000?NO_COMMENTS=1&PRINT_VIEW=1

18. Коломієць Г. Невизначеність розвитку господарчих систем і їх реформування: монографія / Г. Коломієць — Харків: Видав. центр ХНУ, 2004. — С. 256.

19. Логвиненко Ю.Л. Суть рейтингування підприємств та його значення в ринкових умовах / Ю.Л. Логвиненко // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Проблеми економіки та управління. — 2009. — № 640. — С. 319—327.

20. Мильнер Б.З. Понятие, разновидности и источники знаний [Электронный ресурс] / Б.З. Мильнер. — Режим доступу: milner-bz.ru/engine/documents/document127.pdf

References:

1. Danilishin, B. (2008), "Ukraine in international sustainable development ratings", *Jekonomika Ukrainy*, vol. 7, pp. 13—23.

2. Ivaschuk, O.I. (2009), "Positioning countries in world rankings on the main features of the level of openness of the economy", *Visnyk Khmel'nyts'koho universytetu*, vol. 1, pp. 69—75.

3. Arsenenko, A.Yu. (2009), "Comparative analysis of business conditions in Ukraine and post-socialist states of the European Union", available at: <http://www.nbu.gov.ua/portal> (Accessed 30 Aug 2018).

4. Balackij, E.V. (2012), "Global university ratings: the problem of manipulation", *Zhurnal Novoj jekonomicheskoy asociacii*, vol. 1 (13), pp. 126—146.

5. Gorskij, P.V. (2009), "Regulation on analytical rank ranking type", available at: <http://www.information-technologies.ru/articles/rank-type/> (Accessed 30 Aug 2018).

6. Gusejnova, T. and Lapach, D. (2011), "Investment ratings", available at: www.mirec.ru/2011-04/investitsionnie-reitingi (Accessed 30 Aug 2018).

7. Karminskij, A.M. (2014), "Is it necessary to regulate the activity of rating agencies?", *Global'nye rynki i finansovyj inzhiniring*, vol. 1 (1), pp. 25—34, available at: <http://dx.doi.org/10.18334/grfi> (Accessed 30 Aug 2018).

8. Kolomiets', H.M. (2015), "Ratings of countries on the level of IT sphere as indicators of the development of actual forms of social wealth", *Biznes Ynform*, vol. 11, pp. 8—18.

9. Mardzhinson, S. (2017), "Do ratings enhance performance?", *Mezhdunarodnoe vysshee obrazovanie*, vol. 89, pp. 11—13.

10. Segodnya (2018), "How the index of inclusive development is calculated and for what it is needed", available at: <https://www.segodnya.ua/economics/enews/na-vsemirnom-ekonomicheskom-forume-pridumali-alternativu-pokazatelyu-vvp-1108779.html> (Accessed 30 Aug 2018).

11. Stavys'tka, A.V. (2017), "An estimation of positioning of countries on the world market of information technologies: statistical measures of index analysis", *Naukovyj visnyk Uzhhorods'koho natsional'noho universytetu*. Serii : Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo, vol. 12 (2), pp. 126—130.

12. Chal'tseva, O.M. and Lavrysheva, A.O. (2017), "E-governance: prospects for implementation in the Ukrainian space", *Politychne zhyttia*, vol. 4, pp. 48—53.

13. Reinsel, D. Gantz, J. Rydning, J. (2017), "Data Age 2025: The Evolution of Data to Life-Critical. Don't Focus on Big Data. Focus on the Data That's Big", available at: <http://www.seagate.com/www-content/our-story/trends/files/Seagate-WP-DataAge2025-March-2017.pdf> (Accessed 30 Aug 2018).

14. Dzialoshinskij, I.M. (2013), "Media and media education", available at: <http://mim.org.ru/phocadownload/dzyaloshinsky.pdf> (Accessed 30 Aug 2018).

15. Jepshtejn, M.N. (1999), "Information explosion and postmodern trauma", *Zvezda*, vol. 11, pp. 216—228.

16. Ignatov, V. (2017), "Sociology of the Information Society", NGTU, available at: <http://socio.rin.ru/cgi-bin/article.pl?id=477> (Accessed 30 Aug 2018).

17. Hajek, F.A. (2018), "Collected Works", available at: http://libertarium.ru/14000?NO_COMMENTS=1&PRINT_VIEW=1 (Accessed 30 Aug 2018).

18. Kolomiets', H. (2004), *Nevyznachenist' rozvytku hospodarchykh system i ikh reformuvannia [Uncertainty in the development of economic systems and their reform]*, Vydavnychyj tsentr KhNU, Kharkiv, Ukraine.

19. Lohvynenko, Yu.L. (2009), "The essence of the rating of enterprises and its value in market conditions", *Visnyk Natsional'noho universytetu "L'vivs'ka politekhnika"*. Problemy ekonomiky ta upravlinnia, vol. 640, pp. 319—327.

20. Mil'ner, B.Z. (2008), "Concept, varieties and sources of knowledge", available at: <http://milner-bz.ru/engine/documents/document127.pdf> (Accessed 30 Aug 2018).

Стаття надійшла до редакції 04.09.2018 р.