МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Державний університет «Житомирська політехніка»
Запорізький національний університет
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана
Одеський національний економічний університет
Одеський національний політехнічний університет
Харківський державний університет харчування та торгівлі
Брестський державний технічний університет
Господарська академія імені Д.А. Ценова
Каршинський інженерно-економічний інститут

ТЕЗИ

ІІ Міжнародної науково-практичної конференції
"Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства"

6-8 листопада 2019 року

м.Житомир

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Державний університет «Житомирська політехніка»
Запорізький національний університет
Київський національний економічний
університет імені Вадима Гетьмана
Одеський національний економічний університет
Одеський національний політехнічний університет
Харківський державний університет харчування та торгівлі
Брестський державний технічний університет
Господарська академія імені Д.А. Ценова
Каршинський інженерно-економічний інститут

Кафедра менеджменту і підприємництва

ТЕЗИ

ІІ Міжнародної науково-практичної конференції

«Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства»

6-8 листопада 2019 р.

м. Житомир

УДК 330.101.54 : 658

Друкується за рішенням Вченої ради
Державного університету «Житомирська політехніка»
(Протокол № 11 від 28.10.2019 р.)

Редакційна колегія:

д.е.н., проф. В.В. Євдокимов
д.е.н., проф. О.В. Олійник
д.е.н., проф. Г.М. Тарасюк
д.е.н., доц. Т.П. Остапчук
д.е.н., проф. Л.М. Бухаріна
д.е.н., проф. Н.В. Валінкевич
д.е.н., проф. В.А. Гросул
к.е.н., доц. В.В. Зазерська
д.е.н., проф. Р.Х. Ергашев
д.е.н., доц. С. Ілійчовскі
д.е.н., проф. І.М. Рєпіна
д.е.н., проф. В.Г. Семенова
д.е.н., проф. Л.В. Фролова

Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства: тези ІІ Міжнародної науково-практичної конференції (6-8 листопада 2019 р.). – Житомир, 2019. – 1029 с.
ISBN 978-966-683-534-8

Представлено доповіді учасників ІІ Міжнародної науково-практичної конференції «Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства», що відбулася на базі Державного університету «Житомирська політехніка» 6-8 листопада 2019 р.

Видано в авторській редакції

УДК 330.101.54 : 658

ISBN 978-966-683-534-8

© ДУ «Житомирська політехніка» 2019

СЕКЦІЯ 1

Проблеми соціально-економічного розвитку та управління підприємствами

UDC 338.45

Dashkevich T.V. master of economic sciences, senior lecturer, *Brest State Technical University, Brest, Republic of Belarus*

STATE REGULATION OF INDUSTRIES OF FUEL AND ENERGY COMPLEX OF THE REPUBLIC OF BELARUS

The fuel and energy complex is the main base for the functioning of all sectors of the economy of the Republic of Belarus. It includes: fuel industry (oil, gas, coal, shale, peat); power industry. The fuel and energy complex combines various industries that extract the most important resources for the state.

The work of the enterprises of the fuel and energy complex is under constant control by the state bodies. This is due to the importance of ensuring the smooth and effective operation of this industry for all regions of the country and the well-being of the population.

According to Law of the Republic of Belarus No. 293-3 of 08.01.2015 "On Energy Saving," State regulation is carried out by the President of the Republic of Belarus; The Council of Ministers of the Republic of Belarus; Republican public administration bodies; Various State organizations, which are subordinate to the Council of Ministers of the Republic of Belarus, as well as local authorities.

The formation and implementation of the country 's energy policy is carried out by the Ministry of Energy of the Republic of Belarus, which reports directly to the Council of Ministers of the country. As of January 1, 2018, the Ministry of Energy had 78 organizations with more than 95,000 employees.

The following organizations report to the Ministry of Energy of the Republic of Belarus:

1. State production association of electric power industry "Belenergo." The main function of this organization is to manage the activities of the electric power complex.
2. State production association for fuel and gasification "Beltopgaz."
3. Republican unitary enterprise "Belarusian Nuclear Power Plant." This organization is engaged in ensuring the construction and commissioning of the nuclear power plant.
4. State Agency "State Energy and Gas Supervision." The organization oversees compliance with the requirements of the legislation in the field of energy and gas supply [1, 2].

State regulation of the sphere of energy saving is carried out on the basis

of the following principles:

- ensuring the sustained growth of energy security and independence of the country;
- compliance with the principles of efficiency of rationalization in the use of fuel and energy resources;
- use of highly efficient technologies and equipment;
- maximum possible use of the results of scientific and technological progress in the work of enterprises included in the fuel and energy complex.

According to Law of the Republic of Belarus "On Gas Supply" No. 176-3 of 04.01.2003, amendments and additions to which have been made to the editorial office of Law No. 293-3 of 14.07.2011, the gas supply system and objects may relate to both private and public ownership.

The development of gasification in the country, on the basis of this Law, is based on a promising balance of gas consumption and a gasification program. This document also regulates the peculiarities of organization and provision of activities of enterprises related to gas supply; Justifies the peculiarities of land use in the construction of the gas distribution system and the peculiarities of ensuring safety in this field.

The decree of the President of Republic of Belarus No. 368 of 02.06.2006 which edition was carried out 31.01.2013 at No. 47 "About measures for regulation of the relations at gasification of the operated housing stock of citizens", defines features of financing at construction of gas pipelines.

Of particular importance is the Decision of the Council of Ministers of the Republic of Belarus No. 1084 of 23.12.2015 "On Approval of the Concept of Energy Security of the Republic of Belarus." This document identifies the main threats to the energy security of the country in various areas, as well as the most important directions of development of the fuel and energy complex in the long term. The main points of work under this document can be highlighted as follows:

- energy independence of the Republic of Belarus;
- diversification of suppliers and different types of energy resources;
- reliability in all areas of operation with fuel and energy resources;
- efficiency of fuel and energy resources use;
- availability of this type of resources for consumers;
- integration into the global fuel and energy sector and growth of energy exports;
- scientific and technical support of the industry.

The energy independence of the country is an important indicator under the control of the state bodies of the Republic of Belarus.

Supervision and control of all areas of work in the field of energy resources is exercised according to the Resolution of Council of ministers of

Republic of Belarus No. 26 of 10.01.1998, in latest revision No. 21 of 16.03.2018 "About the adoption of the provision on the state power supervision in Republic of Belarus".

The state power supervision is exercised taking into account requirements of the Decree of the President of Republic of Belarus No. 510 of 16.10.2009 "About improvement of control (supervising) activity in Republic of Belarus". This supervision is carried out primarily in order to ensure the safety of people 's activities, as well as the smooth operation of energy equipment.

In 2017 Resolution No. 55 of 29.12.2017 "About the approval of the Industry program of development of the organizations of the peat industry which are a part of the system of the Ministry of Energy of Republic of Belarus for 2017-2020" was approved.

In 2018, the Ministry of Energy adopted Resolution No. 41 of 09.11.2018 "On Some Issues of Activity of Peat Industry Organizations." The adoption of this document was necessary due to changes in the markets of peat products, production volumes, sales, as well as some measures of the Industry Program [2].

This program is aimed at solving a number of problems, primarily related to increasing the competitiveness of peat products in the domestic and foreign markets of the Republic of Belarus.

The basic rules and technical requirements for the work of organizations of gas and other industries of the Ministry of Energy are regulated by a number of technical codes.

In order to ensure the energy stability and security of the Republic of Belarus, it is necessary to increase the reliability and efficiency of the sectors of the Ministry of Energy, as their stable work depends on the development of the country 's economy and the growth of the well-being of the population.

The list of the used sources:

1. Dashkevich T.V. Innovative development of the fuel and energy complex of the Republic of Belarus//Economics and management: social, economic and engineering aspects: collection of scientific articles. - Brest: BrGTU, 2018.- c.131-135.

2. Ministry of Energy of the Republic of Belarus: legislation [An electronic resource]: http://minenergo.gov.by

UDC 338

Juraev Farrukh Marufjonovich - candidate of economic sciences, associate professor of the Department of Economy of Enterprise and Region of the *Tajik State University of Law, Business and Politics. Republic of Tajikistan, Khujand.*

Kositov Jurabek Rafikovich - 2nd year of master student in specialty 1-25.01.07 - Economy and Management at the Enterprises of the Tajik State University of Law, Business and Politics. Republic of Tajikistan, Khujand.

LABOR MIGRATION IN THE REPUBLIC OF TAJIKISTAN: SOCIO-ECONOMIC ASPECT

Under the migration of the population (from the Latin migratio - Relocation) is commonly understood as the territorial mobility (mechanical movement) of the population, associated with their movement through the territory of the country (or between countries), due to, as a rule, the influence of various factors - social, economic, military and political religious, natural, environmental; features of historical and economic development of individual regions and countries. According to the definition given by the famous geographer V.V. Poksishevskiy, population migration "should be understood as any of their movements associated with change of place of residence (change of state, region or locality in which one or another person, family or other more extensive community of people lives"). Thus, the territorial is the main sign of migration mobility of the population, and the result of migration is a change in the geography of settlement.

At the same time, labor migration today is one of the areas experiencing the greatest impact of the global financial crisis. In times of economic downturn, labor migrants are the first to lose their jobs. Stopping or curtailing activities in construction, industry, services, retail and tourism hurts migrants, most of whom work in these sectors.

Today, in modern Tajikistan, migration processes have become mass stable in nature, as a result of which the seasonal dynamics of migration have changed. In the Republic of Tajikistan, the main share of labor migration falls to the Russian Federation (90-92%). The Russian Federation is the largest state in the world in area, bordering 18 countries, therefore, migration issues should be a priori kept in the focus of constant attention.

In the Republic of Tajikistan, people also go to work in Kazakhstan, Ukraine, South Korea, the USA, etc. An analysis of the data shows that in quantitative terms, those leaving and entering countries in the winter and summer periods differ from each other. The gradual development of the construction business, production, infrastructure, services, agriculture in the

Russian Federation requires more and more labor, which are in the Republic of Tajikistan as cheap labor. The dependence of receiving material benefits on the work of migrants is more satisfactory compared to the Republic of Tajikistan in the Russian Federation, as a result of which the labor migrant is forced to agree on covenant terms on the part of dishonest employers in the host country.

It is important to note that labor migration on all aspects of the life of the population in Tajikistan has a considerable impact. In a short time, migration has become a structural feature of our economic and social life.

The latter indicates that a tangible share is being contributed to the national economy, exceeding the total amount of the state budget. If we consider about as much or more funds received in the form of materials, durable goods, jewelers, etc., then the size of the material goods sent will increase. It should be noted that in recent years the number of officially registered persons, quotas of migrants and dual citizenship in the Russian Federation has increased significantly. All this shows that the role and importance of labor migration is gaining aggregated influence, both in our country and in Russia.

Now we analyze the main trends and reasons for the development of labor migration based on a study of the labor market conditions within the country using example Guliston and Konibodom district. It is known that Guliston acts as an industrial city, and Konibodom is an agro-industrial region.

Today in Guliston the number of labor migrants is from 3 to 3.5 thousand people or 18-22% of the city's labor resources with a population of 40.8 thousand people. In the city there are around 20 industrial enterprises, some of which is large, employing more than 200 workers, as the joint venture "Aprelevka", JSC "Adrasman GOK" etc. In mining enterprises, there is always a vacant workplace, of a relatively high salary in comparison with other cities and regions. During a conversation with some employees of Adrasmansky GOK in the village of Adrasman and Zarnisor, they expressed their dissatisfaction with salary levels. In the village of Zarnisor, workers find their wages very low. Moreover, the residents of Adrasman almost all know in advance which city of the Russian Federation and what work they are going to. As you can see, the difference in the same jobs forms a 20-fold wage. These aforementioned enterprises require specialists in the mining industry, which modern youth eagerly accepts. As a result, a large vacuum in the labor market has formed in this area.

In the Konibodom district, with the presence of 182 thousand people and 102.6 thousand labor resources, about 25.8 thousand people. Every year they go abroad in search of better earnings. Analysis shows that migration to such a high level is facilitated by the absence of stable working industrial

enterprises of construction organizations and other labor-intensive industries. As you can see, while in the city of Guliston, almost 22% of the workforce goes to earn money abroad, in the Konibodom region this figure is 25.3%. The main part of the population that lives in rural areas receives very scanty incomes from gardening, cotton growing, melons, cattle breeding, or from low crop yields. The so-called "presidential plots" do not play a decisive role and are used extremely unprofitable. Young people, not seeing prospects, choose the course of labor migration. Female migration is also growing, starting from the age of 16 to 45. In parallel, school-age children also go to work to earn money, either with their parents or on their own.

In conclusion, it is important to note that the statistics and assessment of migration processes in the country are sometimes very fluctuating. Only in Sughd region as a separate region in the cities of Khujand, Istaravshan, Isfara, the level of migration is lower than in Konibodom, J. Rasulov, Spitamen, and Asht districts. This is largely due to the complexity of the level of income generation and the diversity of sources of income from jobs in individual regions. According to official figures, the migration rate in the republic is about 850 thousand, and according to unofficial figures, more than 1.2 million people, which make up 20-24% of the workforce.

At the same time, many scientists and specialists agree that without a migration policy and labor migrants it is hardly possible to solve labor market issues and provide labor resources with jobs.

In our opinion, this problem can be solved by the following approaches:

- regulate the scale of labor migrants, while maintaining the core of the economically active population within the country;
- create legal and regulatory conditions for improving the life circumstances of migrant workers in a country that is being traveled, protecting their socio-economic rights abroad;
- restrict or prohibit child and female migration, as well as stimulate their work within the country;
- to promote the activities of stably non-working domestic enterprises due to the creation of successful jobs;
- at least increase the level of wages in domestic enterprises;
- open new jobs, developing small and medium-sized businesses;
- improve the state of the agro-industrial complex, focusing on high productivity, stabilizing irrigation operations, privileging the activities of agricultural enterprises, etc.;
- training of highly qualified workers who meet the requirements of competition in the labor market (since most migrant youth are without qualified), etc.

Literature

1. National Human Development Report 2008-2009. // Employment in the context of human development. Dushanbe.
2. Asia plus. №21 (2489) May 27, 2011
3. Business and politics. №10 (217), March 4, 2010
4. Materials of the Employment Center of the Sughd region. 2017.

UDC 659.1

Orlova K. Ye., PhD in Economics
assistant professor of the Department of Management and Entrepreneurship
Zhytomyr Polytechnic State University

ADVERTISING AS A MEANS OF ENTERPRISE MARKET POSITION STRENGTHENING

Current market conditions are characterized by aggravation of competition, increase of consumer's market power and high level of external conditions uncertainty. Thus, management of any enterprise is faced with problems of formation and implementation of effective tools which will ensure the enterprise market position.

The high level of economy digitalization as well as of globalization have influenced the competition means greatly, moving the emphasis from production to communication. As for today, competitiveness of the enterprise is dependent not only on the effectiveness and efficiency of production organization, but also on the rationality of the communication processes. So, the competitive struggle has moved to the information field.

One of the key competition tools in the information field is advertising. Advertising is an effective means of communication with the consumer, which promotes consumer awareness of the business entity, the formation of image and positioning of the enterprise in the market.

Advertising is a process of providing the information about the enterprise and / or its products / services, while advertisement is the result of such process. Advertisement is the information about a person or product, disseminated in any form and by any means and intended to create or maintain awareness of advertising consumers and their interest in such person or product [2].

Advertising plays an extremely important role in business management, which is determined by its tasks:

– informing the consumer about the products and / or services offered by

the business entity;

– ensuring the positioning and differentiation of the enterprise;

– management of consumers' needs (the so-called "imposition" of needs on consumers);

– creating additional competitive advantages by raising consumers awareness;

– demand management due to the intensity and type of advertising;

– strengthening of the enterprise market position due to the differentiation and positioning of the enterprise.

Different stages of the enterprise life cycle require solving different tasks in the process of advertising management. The following types of advertising are defined according to its goals:

– informative – aimed at shaping the image of the enterprise, as well as at informing the consumer about the products and / or services offered by the enterprise in the market;

– persuasive – aimed at creation of consumer confidence in the purchase of a product or service, convincing him of the need for such a purchase;

– reminding – applied to products and enterprises that have already gained market share and is aimed at validating the image of the business entity and maintaining consumer awareness (a prime example is advertising by Pepsi, Adidas or other well-known brands);

– supportive – implies the final conviction of the consumer for the correctness of his purchase (including time after the consumer has purchased the product or service) [1].

The content of the advertisement, the features of its presentation and the source of placement are significantly dependent on the target audience, the advertising budget and its targeting. In general, the following requirements are imposed on advertising:

– compliance with the requirements of the legislation;

– conciseness;

– brightness and clarity;

– focusing on target consumers;

– high level of consumer memorization;

– compliance of information placement sources with the target segment of consumers.

There are many sources of advertising. The main sources of advertising include the following:

1. Printed sources: newspapers, magazines, booklets, brochures, catalogs, leaflets, etc.

2. Television.

3. Radio.

4. Promotional souvenirs, letters, calls.

5. Outdoor advertising: banners, citylights, billboards, etc.

6. Exhibitions, fairs, mass events.

7. Internet advertising: SMM (social media marketing, marketing on social networks), banners, e-mail, blogging, contextual advertising, etc. [1].

Each of the advertising sources has its own features, advantages and disadvantages. The use of advertising sources is determined by its target audience. If it is advisable to use advertising on social networks (for example, Instagram, Twitter, Facebook) for young people, then it is advisable to use TV or print media advertising to reach older consumers, including retirees.

Advertising may be carried out either directly by the enterprise (sales or marketing department), or by intermediaries, ie advertising agencies. Today, the advertising business is a significant segment of the service sector, with advertising agencies offering a wide range of services from printing promotional materials to organizing a full-scale advertising campaign.

So, advertising is an important tool of competition, which ensures the positioning and differentiation of the enterprise, provides for its competitive advantages and strengthens the market position of the enterprise.

Literature:

1. Lypchuk V. V., Dudiak R. P., Bupil S. Ya., Yanyshyn Ya. S. Marketing: textbook. Lviv: "Mahnoliia 2006", 2012. 456 p. [In Ukrainian].

2. On advertising: Law of Ukraine **№** 270/96-BP from 03.07.1996. URL: https://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр.

UDC 658.012.23.313

Yamnenko H. Y., PhD in Economics,
associated professor of the
department of business economics
and entrepreneurship of SHEI
Kosovska L.I.
student of the faculty of economics and management
"Kyiv National Economic University
named after Vadym Hetman"

STRATEGIC APPROACHES TO THE FORMATION AND USE OF ENTERPRISE POTENTIAL

In today's economic conditions, the problems of planning and optimizing the capabilities of long-term and current businesses are of particular

relevance. The experience of foreign countries testifies to the necessity of creating flexible production and organizational systems that would be able to respond instantly to changes in the environment. Against this background, attention should be paid to rethinking conceptual approaches to the creation and development of domestic enterprises, and above all to the processes of purposeful formation of their potentials.

The concept of potential has naturally occupied an important place in the categorical apparatus of economic science. This was facilitated by the transformation of the strategic priorities of modern companies: instead of "profit today" – "capacity building today", which guarantees "profit tomorrow". Such an entrepreneurial philosophy is perhaps the only way possible to ensure sustainable economic growth in a rapidly changing market environment. The dynamism of the potential of industrial enterprises is conditioned by the influence of innovations, instability of external factors of economic activity, conditions of production. Due to the influence of these factors, certain structural shifts within the potential are constantly occurring, as well as qualitative and quantitative changes in the indicators that characterize it.

Modern business conditions determine the increasing attention of scientists to such a concept as a strategic potential that provides opportunities for the enterprise to develop in a dynamic business environment. The main features of the strategic potential are: long-term future orientation; reflecting the basic capabilities and competences that emerged in the process of formation and development of the enterprise and those that underlie its competitive advantages; awareness of dynamic capabilities, such as the ability of an enterprise to transform resources and capabilities to constantly changing environmental requirements [1]; increasing the role of staff competence and their creative approach to solving problems and completing tasks.

In the practice of strategic management, as a direction of management, the strategic approach to the potential of modern companies is substantiated. Today, the strategic approach in scientific sources is considered as an approach to strategy in order to ensure the competitiveness of the enterprise's potential. Generalization of scientific publications allowed us to distinguish the following strategic approaches to the formation of enterprise potential:

1. Systematic approach is one of the key in the process of building enterprise capacity. When it is applied on the basis of market research, the parameters of output – the product or service are first formed: what to do, what are the quality indicators, what are the costs, for whom, at what time, at what price? It is important that the exit options are competitive. The following are the parameters of the "login": what resources and information are needed

to implement internal business processes? The need for resources and information is predicted after research and analysis of requirements for organizational and technical potential of the enterprise (level of technology, technology, organization of production, management, etc.) and parameters of the external environment (economic, technological, political, socio-demographic, cultural environment and the infrastructure of a particular country or region). Feedback communication between input (suppliers), output (customers), external environment and enterprise potential is necessary to adapt the potential to changing customer requirements for products, the volatility of market parameters, and the emergence of organizational and technical innovations. To obtain the high quality of the end result of potential realization (system output) from the beginning it is necessary to ensure high quality of resources and information at the input, and then high quality of process realization and interaction with the external environment. First, the requirements for the "exit" of the system are formulated, then – for the "entrance" and the external environment, and only then – for the implementation of internal business processes.

2. The marketing approach involves the formation of the capabilities of a consumer-oriented enterprise. This means that the formation of any element of potential should be based on the analysis and forecasting of market needs competitiveness and competitive advantages, etc. When applying a marketing approach, the priority criteria for the formation of the enterprise potential are: improving the quality of the end result of the system ("exit" of the system) according to the needs of consumers; saving consumers' resources by improving the quality of all elements of the potential and, consequently, improving the quality of the final product or service.

3. Functional approach involves finding completely new, original, non-trivial technical solutions to meet or potential needs or existing ones. The need in this case is seen as a set of functions that must be fulfilled to satisfy it. After the separation of functions (these can be marketing, research, production, financing, supply, etc.), several alternative options for capacity building are identified. They are selected from the list to ensure maximum cost effectiveness. The use of this approach, in contrast to the focus on obsolete world standards, allows, on the one hand, to meet the new needs most fully, and to provide a lasting competitive advantage on the other.

4. Reproductive approach is focused on continuous updating of production of products with less resource intensity and higher quality compared to similar products in the same market in order to satisfy the needs of customers. This means that the essential element of this approach is the compulsory use of the comparison method (indicators of best analogous products to date adjusted before the development of new products or advance)

in the planning of reproduction.

5. The innovation approach is focused on the activation of innovative activities, which should be the means of production and investment.

6. The regulatory approach is to set standards for the most important elements of the potential: quality and resource intensity of products, market parameters, use of technical facilities, etc.; efficiency of use of resource potential; development and adoption of management decisions. It should be noted that the standards must be substantiated, as well as comply with the principles of complexity, efficiency and prospect of application.

7. A comprehensive approach involves the need to take into account all (e.g., technical, environmental, economic, organizational, social, psychological, etc.) aspects of the enterprise. If at least one aspect is left out, the problem will not be fully covered and resolved.

8. The integration approach in the process of building the enterprise's potential is aimed at studying the strengthening of interconnections, combining its individual components and enhancing the interaction between them.

9. A dynamic approach is to establish causality and subordination, based on a retrospective analysis (that is, reproduction by simulation) of the existence of similar systems over a period of time.

9. An optimization approach is implemented through quantification and the study of the relationship between individual elements of potential through various (for example, economic-mathematical or statistical) methods of information processing.

10. The administrative approach involves regulating the rights, functions, responsibilities, quality standards and costs associated with the realization of the elements of capacity in regulations through coercive methods.

11. The behavioral approach is based on enhancing the effectiveness of the HR component, which increases the aggregate potential.

12. The situational approach is based on the alternative of achieving the goals and ensuring maximum adaptation to the conditions of a particular situation in the process of building the potential of the enterprise.

14. Structural approach in the process of capacity building is based on its structuring, as well as on prioritization among the elements of the potential in order to establish rationality of the relation and increase the validity of the allocation of resources between them.

Achieving strategic alignment with targets and targets is based on a strategic approach based on a potential strategy that determines the long-term course of enterprise development, which is necessary, first and foremost, to increase competitiveness. In the knowledge economy, the growth of enterprise potential is characterized by the influence of innovative factors.

Intellectual resources and knowledge are the most important resources, and the ability to receive, integrate, accumulate, store and use them is the most important way to create competitive advantages.

References:

1. Upravlinnia pidpryiemstvamy: suchasni tendentsii rozvytku: monohrafiia / N.P. Honcharova, O.S. Fedonin, H.O. Shvydanenko ta in.; zah. red. O.S. Fedonina. K.: KNEU, 2006. 288 s.

УДК 330.341.1

Алєксєєва К. В., магістрант, гр.ЗПВ-18м, ФБСО
Науковий керівник: Орлова К. Є., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК СКЛАДОВА ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Сучасні умови загострення конкурентної боротьби та зростання рівня нестабільності середовища ставлять особливий наголос на необхідності забезпечення ефективності та раціональності управлінських рішень. У свою чергу, виробничий потенціал є важливою складовою економічного потенціалу підприємства в цілому, що визначає його можливості до забезпечення максимально можливого обсягу випуску продукції відповідного рівня якості за існуючих умов внутрішнього та зовнішнього середовища. Ефективність формування та використання виробничого потенціалу визначають ефективність господарської діяльності підприємства в цілому, міру його успішності та конкурентоспроможності на ринку. Таким чином, раціональність та адекватність управлінських рішень у сфері забезпечення цілеспрямованого впливу на процеси формування та використання виробничого потенціалу є важливим засобом впливу на ефективність діяльності підприємства в цілому.

У свою чергу, раціональність управлінських рішень істотно залежить від належного інформаційного забезпечення. Важливою складовою інформаційного забезпечення управлінських рішень щодо виробничого потенціалу є дані щодо оцінки його стану та ефективності використання.

Питанням, пов’язаним із оцінкою ефективності використання виробничого потенціалу, присвячено значну кількість наукових

досліджень. Зокрема, Т. А. Кулаковська та Ю. О. Цапенко пропонують методику визначення інтегрального показника ефективності використання виробничого потенціалу, виділяючи у його структурі технічну, матеріальну та кадрову складові [2]. В рамках кожної зі складових визначається система одиничних коефіцієнтів, які характеризують ту чи іншу складову виробничого потенціалу.

Л. А. Квятковська виділяє наступні компоненти виробничого потенціалу для цілей проведення оцінки ефективності його використання: фондова (основні засоби, оборотні активи), кадрова, фінансова та управлінська складові [1].

Ю. В. Тюленєва та О. Л. Сичков оцінювання ефективності управління виробничим потенціалом проводять за наступними напрямами:

– оцінювання ефективності використання основних засобів;
– оцінювання витрат оборотних засобів;
– дослідження рівня рентабельності підприємства;
– визначення показників ділової активності [3].

Таким чином, у даному дослідженні оцінювання ефективності управління виробничим потенціалом розглядається на засадах системного підходу, що передбачає врахування впливу виробничого потенціалу на ефективність діяльності підприємства в цілому.

Комплексний підхід до структуризації виробничого потенціалу для потреб оцінювання його ефективності демонструють О. С. Хринюк та Т. І. Гримашевич, на думку яких, до основних компонентів виробничого потенціалу варто віднести наступні:

– потенціал необоротних ресурсів;
– потенціал оборотних засобів;
– трудовий потенціал;
– земельний потенціал;
– інформаційний потенціал;
– інвестиційний потенціал;
– інноваційний потенціал [4].

На основі узагальнення існуючих підходів, вважаємо за доцільне запропонувати проводити оцінку ефективності використання виробничого потенціалу у розрізі наступних його елементів:

– потенціал основних засобів;
– потенціал оборотних матеріальних активів;
– потенціал виробничого персоналу;
– потенціал виробничих нематеріальних ресурсів;
– потенціал фінансових ресурсів.

При цьому дослідження доцільно проводити за трьома ключовими

напрямами: оцінка стану, руху та ефективності використання відповідно по кожній з ідентифікованих складових. Кожен з напрямів оцінювання кожної складової передбачає, у свою чергу, визначення системи показників з подальшим можливим їх зведенням в інтегральний показник.

Результати оцінки ефективності використання виробничого потенціалу слугують інформаційним підґрунтям для подальшого обґрунтування та прийняття рішень у визначеній сфері. Ретельно проведена оцінка та достовірні її результати надають можливість чітко визначити поточний стан та перспективи розвитку виробничого потенціалу підприємства.

Список літератури:

1. Квятковська Л. А. Формування оцінки ефективності виробничого потенціалу промислового підприємства з використанням збалансованої системи показників // Ефективна економіка. 2010. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua.

2. Кулаковська Т. А., Цапенко Ю. О. Удосконалення методики визначення рівня виробничого потенціалу підприємств // Причорноморські економічні студії. 2017. Вип. 13-2. С. 103-107.

3. Тюленєва Ю. В., Сичков О. Л. Оцінка ефективності управління виробничим потенціалом підприємства // Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2015. Вип. 5. С. 126-129.

4. Хринюк О. С., Гримашевич Т. І. Оцінка ефективності використання виробничого потенціалу підприємства // Ефективна економіка. 2018. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua.

УДК 331.108.26

Асророва М.А., к.э.н., доцент
Таджикский государственный университет права, бизнеса и политики,

СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ РУКОВОДЯЩИХ КАДРОВ НА СОВРЕМЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В стратегии развития руководящих кадров в первую очередь нужно учитывать интересы и потребности организации, которую они будут возглавлять. Бесспорно, главной составляющей этого процесса, конечно, является индивидуальная эффективность и потенциал будущего руководителя. Но последнее слово стоит за самой

организацией, именно организация должна решать: какие руководители ей нужны для достижения стратегических целей; как можно их привлечь; как развивать наиболее эффективно.

Показатели успешной деятельности организации напрямую зависят от деловых качеств руководителя – предпринимателя: он должен своевременно реагировать на изменение определенных условий бизнеса и уметь удовлетворять его конкретные потребности. Эти качества руководителя влияют на результат реализации деловых стратегий организации согласно ключевым факторам организационного успеха (инновация, качество, лидерство в издержках и т. д.).

Основополагающей составляющей деятельности руководителей должна быть мгновенная реакция на изменчивость компании. В связи с этим их руководители должны быть готовы к неожиданностям. С этой целью руководители должны над собой работать, проходить обучение, которое будет способствовать повышению эффективности организации. Данная ситуация так близка и так свойственна нашей кризисной таджикской действительности, качество и количество перемен в которой превосходит воображение любого западного специалиста.

В условиях рыночной экономики основным критерием успешной деятельности организации является управление ее персоналом. Основополагающей составляющей данного критерия служит возрастающая роль личности работника, знания его мотивационных установок, умение их формировать и направлять в соответствии с задачами, стоящими перед организацией.

Наиболее эффективной схемой руководства персоналом являются:

• возложение ответственности на каждого работника за его работу;

•расстановка четких границ иерархии между сотрудниками: каждый работник должен знать, кому он подчинен и от кого получает указания.

Структура управления, основанная иерархии ступеней, предполагает закрепление различных этапов управления за отдельными руководителями или органами управления. Эти руководители имеют различные ранги.

В функции высшего руководства организации входит управление всеми сферами деятельности в целом: согласование различных функций, их координирование и объединение; подбор руководителей соответствующих служб и подразделений; организация иерархии управляющей системы в целом.

В функцию руководителей среднего и низового уровня входит организация определенных видов работ: составление общего плана работы; объединение людей для работы; непосредственное руководство

работой; состыковка работы отдельных подразделений организации и отдельных работников; контроль за самим процессом работы.

Цель управления персоналом – мотивация работников к раскрытию их способностей для более интенсивного и продуктивного труда. Грамотный руководитель должен уметь координировать усилия своих подчиненных, тем самым раскрывая их потенциал, но не приказывать, т.к. последнее может послужить причиной потери интереса к результатам своего труда.

Повышение эффективности руководства персоналом достигается путем использования следующих стимулирующих факторов:

• умелая организация рабочих мест; рациональное использование производственных площадей;

• систематическая переподготовка и повышение квалификации работников;

• обеспечение стабильности занятости;

• разработка и реализация социально-экономических программ.

Обязательство за общее руководство персоналом поручается профессионально подготовленным работникам отделов кадров.

Кадровые службы должны преобразиться в центры по разработке и реализации стратегии организаций по труду. Главной задачей работников кадровых служб является оказание помощи в развитии бизнеса посредством найма высококвалифицированных работников, планирования карьеры, оценки производственной деятельности и совершенствования оплаты труда.

В компетенцию кадровых служб входит:

• формирование кадров организации (планирование, отбор и наем, высвобождение, анализ текучести и т.д.);

• развитие работников (профессиональная ориентация и переподготовка, аттестация и оценка персонала, организация продвижения по службе);

• совершенствование организации труда и его стимулирование, создание безопасных условий труда.

Компания должна располагать четкой тактикой управления человеческими ресурсами: должны быть профессионально определены перспективные ориентиры использования персонала, его обновления и совершенствования, развития мотивации.

Обобщение опыта отечественных и зарубежных организаций позволяет сформировать главную цель системы управления персоналом: обеспечение кадрами, организация их эффективного использования, профессионального и социального развития. В соответствии с этими целями формируется система управления

персоналом организации.

Главным критерием развития компании служит человеческий фактор: потенциал и талант руководителя. Именно от него зависит производительность организации. Особенно это актуально в нынешних условиях, когда гибкость становится ключевым словом. На сегодняшний день умение управлять изменениями становится важнейшей целью менеджмента.

Только в таком случае компания будет обеспечена сильным менеджментом.

Многие ученые, исследовав роль управления на предприятии, выявили такую последовательность развития руководящих кадров:

1. Индивидуальное совершенство за счет усиления человеческого капитала. Расчет на то, что люди разовьют собственные возможности в целях выполнения поставленных перед ними задач, а тем самым и задач компании в целом, которая в свою очередь поддержит эти индивидуальные усилия.

2. Ментальные модели. Развитие должной психологической установки для управления действиями и решениями.

3. Единство взглядов. Преданность всех членов данной организации ее целям и способам достижения этих целей.

4. Коллективное обучение. Задействуется тот факт, что групповое мышление больше суммы его индивидуальных составляющих.

5. Системное мышление - понимание, что действия и решения нельзя изолировать, т.к. их последствия расходятся по всей организации.

Такой путь развития кадров управления в Таджикистане наблюдается в банках, финансовых институтах. Например, в ОАО Банк «Эсхата», МДО «Имонинтернешнл», где аппарат управления всегда совершенствуется участием в обучающихся программах. Они на данный момент, уже функционируя более 25-ти лет, являются кузницами кадров управления Республики Таджикистан для финансовых организаций. Такой подход совершенствования подготовки будущих руководящих кадров предусматривает следующую последовательность:[2]

1. Обучающийся, гибкий подход к стратегии;

2. Сотрудники принимают активное участие в выработке стратегии и тактики организации;

3. Информация в большей степени используется для понимания происходящего в целях принятия правильных решений, а не как основание для вознаграждения или наказания;

4. Учет и контроль, способствующие развитию организации

5. Внутренний обмен услугами между подразделениями;

6. Гибкая система поощрений;

7. «Дающая возможности» структура (подразделения и другие «границы» рассматриваются скорее как временная структура, которая при необходимости может быть изменена);

8. Изучение всеми работниками состояния среды;

9. Постоянный обмен опытом с партнерами, клиентами;

10. Атмосфера в организации, способствующая обучению;

11. Возможности саморазвития для сотрудников.

Мотивационный стимул персонала на обучение – важнейшее условие эффективности обучения и расширения человеческого капитала. Главными факторами мотивации являются будущее денежное вознаграждение, возможности карьерного роста, творческая самореализация и т.п.- это ключевые мотиваторы.

Фундаментальными принципами и условиями мотивации служат:

• Ясность и значимость целей. Обучающийся сотрудник должен уметь сформулировать цели обучения, оценивать его значимость для собственного саморазвития.

• Достижимость цели. Персонал должен представлять цели своего обучения как реально достижимые.

• Внутренний интерес. Работники компании должны быть эмоционально заинтересованными в содержании обучения и ощущать психологическую поддержку со стороны компании.

• Передача работникам четкого и целостного видения организации для повышения осознания необходимости в стратегическом мышлении на всех уровнях.

• В рамках видения и целей основными движущими факторами организационного обучения становятся процессы регулярного диалога, коммуникации и обсуждения.

• Важность стимулирования людей к пересмотру принимаемых на веру предположений.

• Значимость развития стимулирующего обучения и инновационного климата.

Главным недостатком руководителя-бизнесмена в управлении персоналом является однонаправленный не комплексный подход. Управляя человеческой составляющей своего бизнеса, руководители часто концентрируют внимание на одном-двух «измерениях» и упускают из виду остальные. Типичный пример: компания реорганизует свою структуру, чтобы освободить управленцев от бюрократической работы и дать больше простора их предпринимательской активности, но при этом забывает перестроить систему обучения или поощрения. Безусловно, это не дает ожидаемых

результатов и перед руководителем встает вопрос о том почему принятые меры оказались безуспешными. Причина этого заключается в том, что при проведении реструктуризации в управлении персоналом нельзя концентрировать свое внимание лишь в одной области. Следует придерживаться перспективной стратегии, направленной на взаимодействие всех показателей.

Работая в этом направлении, менеджер должен не только переобучить персонал, но и пересмотреть организационную структуру, системы общения, оценки и поощрения. Система заработной платы и поощрений представляет собой классическую проблему в данной области. Часто компании используют сдельную форму оплаты труда. Если менеджер акцентирует свое внимание на качестве продукции, ему необходимо изменить систему оплаты. В противном случае возникнет некое противоречие. При сдельной оплате труда менеджер и работники будут преследовать разные цели: первому нужно качество, а последним количество, т. к. от количества будет зависеть их заработок.

Ниже приведем простой, но эффективный план разработки кадровой стратегии. В нем были использованы широко известные и несложные стратегические модели, которые помогут оценить имеющиеся и потенциальные человеческие ресурсы. Главное правильно сформулировать вопросы для обсуждения и сосредоточиться на том, чтобы будущие программы управления персоналом соответствовали общей стратегии компании.

При разработке кадровой стратегии желательно необходимо активное участие руководителей высшего звена. Это гарантирует соблюдение баланса между кадровыми менеджерами-практиками и стратегами компании, столь необходимого для получения эффективных результатов.

Описанные ниже действия должны стать частью общего процесса планирования. В своей деятельности менеджеры часто встречаются с проблемой нехватки или отсутствия необходимых человеческих ресурсов, что служит причиной подрыва реализации стратегии бизнеса. Менеджеру, наверное, часто приходилось слышать подобное: «Проанализировав ситуацию, мы поняли, что не обладаем необходимыми человеческими ресурсами для достижения заданных показателей роста и прибыли» [3].

Существует пять факторов, оказывающих влияние на кадровую стратегию организации: социальный, политический, правовой, экономический и фактор внешней среды. Какую бы форму работы с персоналом ни выбирала организация, каждый из этих элементов должен быть внимательно проанализирован и отражен в ней.

Наиболее полно кадровая стратегия предприятий была проработана в США. Американский опыт с успешно используется и внедряется в других странах. В Таджикистане работа в этом направлении только начинает реализовываться. Как и в других сферах HR-менеджмента, представительства зарубежных компаний были первыми, кто начал создавать кадровую стратегию. Постепенно все больше внимания к этой области планирования стали проявлять и отечественные организации.

Кадровая стратегия вызывает повышенный интерес не только с точки зрения практического подхода к управлению бизнесом, но и с позиций теории. Так, в Европе приблизительно с середины 80-х годов прошлого века бурно обсуждается взаимосвязь стратегий бизнеса и управления персоналом. В частности, на первый план выходит вопрос о том, должна ли кадровая стратегия быть проекцией бизнес-стратегии или наоборот. Таким образом, выделяется четыре концепции планирования работы с персоналом на предприятии [2]:

Кадровая стратегия зависит от бизнес-стратегии;

Бизнес-стратегия зависит от кадровой стратегии;

Кадровая стратегия и бизнес-стратегия не зависимы друг от друга;

Кадровая стратегия и бизнес-стратегия определяются интерактивно.

Успех обучения зависит от действий всех заинтересованных сторон: руководителей и участников обучения. По оценкам экспертов ключевые действия для **долгосрочной результативности обучения** отводятся действиям руководителей до и после обучения (участие в подготовке и поддержанию результатов тренинга после его проведения).[1] Это:

- Включение тренинга в план работы организации
- Оценка и уточнение потребностей в тренинге
- Оповещение и мотивация участников и их руководителей
- Постановка задач перед персоналом – что они должны достичь в результате после прохождения обучения. Измеримые результаты: количество, качество, сроки.
- Ознакомление и обсуждение результатов тренинга с тренером и участниками.
- Отслеживание и контроль запланированных результатов.

Организация готова к проведению обучения, если:

- основные заинтересованные стороны (руководители, участники) осознают результаты обучения как необходимые и ожидаемые;
- участникам в ходе подготовки тренинга предоставлена возможность высказать свои представления и пожелания о его задачах и содержании;
- ожидаемые результаты соответствуют корпоративной культуре

организации;

- менеджеры оказывают поддержку предстоящему обучению;
- известно, что должно измениться в результате тренинга, и эти ожидания доведены до сведения сотрудников;
- сотрудники хотят участвовать в обучении;
- руководство намерено отслеживать и поддерживать результаты.

Стратегическое управление персоналом - систематический, циклический процесс, соответствующий тактике развития организации.

Конкурентоспособность компании напрямую зависит от стратегического планирования персонала путем эффективного использования человеческих ресурсов. Предполагается, что успех достигается разработкой соответствующей кадровой стратегии организации, которая способствует созданию стратегических преимуществ в конкурентной борьбе. [3]

Однако, стратегическое управление персоналом – это не монотонный и однонаправленный процесс, это комплексная деятельность, которая предполагает:

- проведение исследований и получение информации о состоянии дел на рынке рабочей силы (стратегический маркетинг);
- прогнозирование тенденций развития внутренней и внешней среды организации, в частности, кадровой ситуации;
- разработку и корректировку кадровой политики с учетом изменения внутренней и внешней сред организации;
- создание атмосферы в организации, способствующей постоянному развитию персонала, и в особенности, управленческих кадров.

Философия стратегического управления предъявляет особые требования к мышлению и деловым качествам управленца. Он должен обладать способностью к прогнозированию, системному мышлению, быть готовым к постоянным переменам и обучению, уметь создать мотивацию к обучению подчиненных, что приведет к обеспечению устойчивого развития компании.

Литература:

1. Кабушкин Н.И. Основы менеджмента.2009.- с.113
2. Майк Педлер (M. Pedler).Обучение через действие. Практическое руководство. 1991.- с.23-24
3. Попазова О.А., Прозоровская К.А. Модели стратегического управления персоналом: Учебное пособие. – СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2012. - 132 с

УДК 334.716:658.821

Балахніна А.О., магістрант
Грінченко Р.В., к.е.н., доцент кафедри
економіки підприємства та
організації підприємницької діяльності
Одеський національний економічний університет

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Сучасний стан промислового сектора економіки країни актуалізувало проблему вибору ефективних стратегічних рішень для кожного промислового підприємства. Світові фінансово-економічні умови, пріоритети державної політики в галузі промисловості, необхідність модернізації промислового комплексу та активізації інноваційних процесів, а також розвиток підприємницьких ініціатив вимагають змін вектора економічного розвитку і відповідних управлінських стратегічних рішень. Виникає потреба у використанні різнопланових механізмів та інструментів управління промисловим підприємством, в тому числі забезпечення ефективності розробки стратегії щодо їх розвитку.

Актуальність статті визначається необхідністю вивчення господарської діяльності підприємств з метою виявлення найбільш економічно ефективних і прогресивних стратегій підвищення конкурентоспроможності підприємств та її вплив на кінцеві результати діяльності підприємства в сучасних умовах.

Сьогодні, однією із ключових задач сучасних промислових підприємств є формування, вибір та реалізація ефективної стратегії розвитку підприємства. Процес розробки ефективної стратегічної діяльності підприємства є багатогранним і складним завданням, яке вимагає розгляду основних теоретичних підходів до визначення поняття «стратегія підприємства».

Конкретного визначення терміна «стратегія» не існує, так як аналіз літератури зі стратегічного управління показує, що думки авторів до розуміння «стратегії» є неоднозначними. У сучасній економічній літературі зустрічаються різноманітні визначення поняття "стратегія". Погляди як зарубіжних, так і вітчизняних вчених на категорію "стратегія" суттєво розходяться.

Аналіз досліджень показав, що незважаючи на різні підходи і різні бачення визначення стратегії, головним є те, що стратегія – це завжди орієнтація компанії на перспективу, досягнення головних цілей

розвитку і заходи щодо їх реалізації [2, с. 16-18]**.**

Можемо зробити висновок, що стратегія – це упорядкована в часі система пріоритетних напрямків діяльності підприємства, головною метою якої є економічно ефективне вирішення поставлених завдань і підтримка конкурентних переваг.

Для виконання своєї ключової мети промислові підприємства стикаються з рядом складних завдань процесу стратегічного управління підприємством. Одним із головних завдань є механізм формування стратегії конкурентоспроможності підприємства. Формування стратегії підприємства - це обґрунтування загальних напрямків досягнення довгострокових конкурентних переваг і розвитку інших цілей. Найчастіше план стратегії носить довгостроковий характер, орієнтуючись на майбутнє і здійснюючи процес реалізації по етапах.

Механізм формування стратегії по підвищенню конкурентоспроможності компанії доцільно структурувати за такими взаємопов'язаними етапами (рис 1):

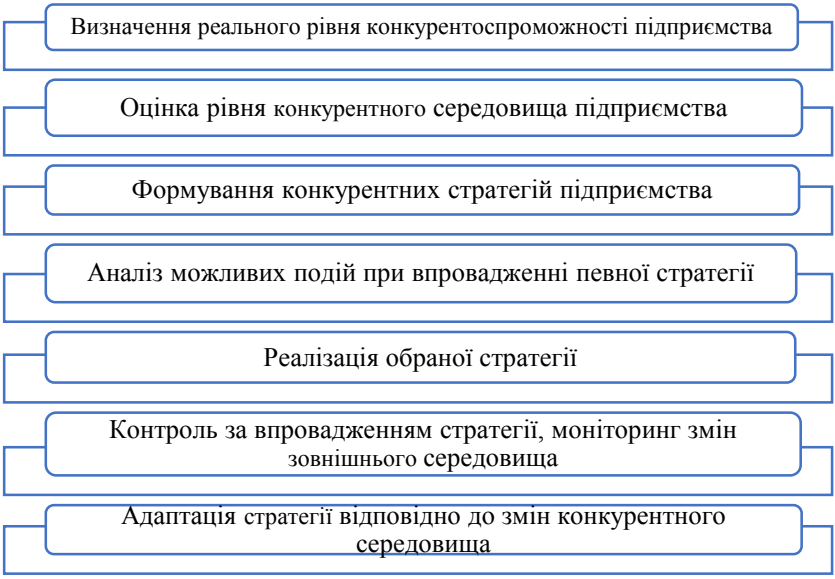


Рис 1. Етапи механізму формування і реалізації стратегії конкурентоспроможності підприємства

**Джерело: [3]*.

Наведена на рисунку 1 послідовність етапів процесу розробки стратегії розвитку може бути уточнена і деталізована з урахуванням особливостей операційної та інвестиційної діяльності підприємства і

рівня стратегічного мислення його менеджерів. Реалізацію стратегії слід вважати успішно завершеною, якщо досягнуті всі основні стратегічні цілі економічного розвитку підприємства при плануванні витрат на реалізацію стратегії.

Отже, сьогодні особлива увага з боку керівництва до формування та вдосконалення стратегій все більше зростає. Однак, іноді стратегії носять комплексний характер, а це в свою чергу знижує їх реалізованість та ефективність. Таким чином, для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідно не тільки визначити і розробити довгострокову стратегію, але й опрацювати можливість її реалізації з урахуванням змін у майбутньому і можливих ризиків, а також з урахуванням адекватності прийнятих стратегічних рішень.

Список використаних джерел

1. Гевко О.Б., Шведа Н.М. Стратегічне управління: навчальний посібник. - Тернопіль - 2016. С. 152

2. Кашуба Я.М. Вибір методів та підходів стратегічного управління розвитком підприємництва. *Економіка та держава*. №9.2014. С. 166

3. Могилова А. Ю. Концептуальні підходи до визначення стратегії підприємства. *Збірник наукових праць ЧДТУ. Економічні науки.* №30, ч. 1. 2016. С. 139–144

УДК 334.01

Баценко Л.М., к.е.н., доцент кафедри менеджменту в галузях АПК
Кошиль А.О, здобувач вищої освіти
Сумського національного аграрного університету

ЗВ'ЯЗОК МІЖ СТРУКТУРОЮ ТА СТРАТЕГІЄЮ РОЗВИТКУ ОРГАНІЗАЦІЇ

Організаційна структура має безпосередній вплив на реалізацію стратегії підприємства, його взаємодію із зовнішнім середовищем та ефективне вирішення поставлених завдань. [1, с. 30-31]

Що таке організаційна структура і стратегія розвитку?

Організаційна структура – це сукупність виробничих ланок і впорядкованих потоків ресурсів у виробничій системі, а також органів управління та їх певний взаємозв’язок, які забезпечують досягнення стратегічних цілей підприємства.

Структура є своєрідним каркасом, навколо якого будуються всі складові підприємства. Керувати структурою, стежити за тим, щоб вона була адекватною до поставлених цілей.

Стратегія розвитку підприємства – це процес формування генерального перспективного напрямку розвитку підприємства на основі визначення якісно нових цілей, узгодження внутрішніх можливостей підприємства з умовами зовнішнього середовища та розробка комплексу заходів, які забезпечують їх досягнення.

Організаційна структура може сприяти стратегічному розвитку підприємства або гальмувати його. Мінцберг також довів, що й стратегія може обмежувати розвиток підприємства, тобто стратегія та структура одноплановi явища.[2; с. 45]

Існує багато видів організаційних структур управління підприємством, тому, ми вважаємо, що неможливо побудувати єдину та незмінну організаційну структуру управління раз і назавжди, оскільки вона вимагає постійного вдосконалення та адаптації відповідно до умов сучасних економічних відносин і змін в самій організації. Звісно організаційна структура підприємства проектується з орієнтацією на її довготривале та ефективне функціонування, проте, необхідно систематично здійснювати контроль за її актуальністю та, по мірі необхідності, реінжиніринг. Поза тим, при проектуванні організаційної структури управління підприємством, неможливо надати конкретну перевагу тому чи іншому її виду, оскільки кожній з них притаманні свої характерні особливості і доцільність їх застосування в тій чи іншій організації визначається згідно умов функціонування підприємства.

Дослідження багатьох авторів підтверджують необхідність приведення організаційної структури підприємства у відповідність з обраною стратегією. Іншими словами, проектування структури повинне базуватися на стратегічних планах організації. Цей підхід був запропонований відомим менеджеристом Альфредом Чандлером, який установив, що зміни в стратегії організації призводять до виникнення нових адміністративних проблем, що потребує удосконалювання структури. Альфред Чандлер сформулював знаменитий принцип: "Стратегія визначає структуру". У практичному плані це означає, що організаційна структура повинна бути такою, щоб забезпечити реалізацію обраної стратегії.[3;с.40]

Організаційна структура кожного підприємства відображає багато особливостей попередніх їй організаційних структур даної фірми, думки менеджерів різних рівнів про розподіл функцій і повноважень, субординацію і звітність, кадрову політику, що проводиться у підприємстві, а також особливості бізнесів, якими займається фірма. Аж

ніяк не повний перелік особливостей окремої фірми показує, що структура організації повинна відповідати вирішуваним нею завданням. Для приведення структури у відповідність зі стратегією потрібно чітко визначити основні види діяльності і ключові ланки в ланцюжку цінностей, що мають кардинальне значення для успішної реалізації стратегії і потім можно віднести їх до основних елементів організаційної структури, також стратегічно значущі види діяльності необхідно передати в підпорядкування одного менеджера. Якщо такий підхід не можна реалізувати, то слід установити чіткі зв'язки і координацію діяльності між підрозділами, яким буде делеговане виконання зазначених видів робіт:

- визначати обсяг повноважень, необхідних для управління кожною організаційною одиницею, забезпечивши при цьому ефективний баланс між перевагами централізації і децентралізації;
- визначати, які неосновні види діяльності можуть виконуватися ефективно іншими фірмами на умовах субпідряду.

Для ефективного управління організацією необхідно, щоб її структура відповідала цілям і задачам діяльності підприємства і була пристосована до них. Організаційна структура є основою для формування окремих адміністративних функцій. Структура встановлює взаємини співробітників усередині організації, і так само відповідальність підрозділів організації за дослідження окремих елементів зовнішнього оточення і за передачу інформації про події, що вимагають особливої уваги. Для взаємозв'язку структури, стратегії та плану необхідно знати, які типові організаційні структури можуть застосовуватися в управлінні організацією, які фактори визначають використання тієї чи іншої структури, і якими перевагами і недоліками володіє та чи інша організаційна структура.

Багаторічний досвід використання стратегічних структур управління показав, що вони є одними з найбільш широко застосованих структур і, на нашу думку, універсальними. Проте, все ж таки, усе залежить від того, в якій сфері працює підприємство і на яких умовах воно функціонує.

На закінчення роботи, хотілося б відзначити, що стратегія впливає на організаційну структуру, змінює її, а також впливає на поведінку працівників. Додамо, що не існує стратегії, єдиної для всіх компаній, так само, як і не існує єдиного універсального стратегічного управління. Кожне підприємство унікальне у своєму роді, тому і процес вироблення стратегії унікальний для кожного підприємства, тому що він залежить від позиції фірми на ринку, динаміки її розвитку, її потенціалу, поведінки конкурентів, характеристик виробленого нею товару або

послуг, стану економіки, культурного середовища і ще багатьох чинників.

Список використаних джерел

1. Кабанов В. Г., Кривобородько Є.Т. Оцінка ефективності організаційної структури управління [Електроннй ресурс] / В. Г. Кабанов, Є. Т. Кривобородько // Економіка і менеджмент культури.– 2016. – № 2. – С. 30–33. –

2. Лизньова А. Ю. Оцінювання ефективності організаційної структури управління виробничого підприємства [Електронний ресурс] / А. Ю. Лизньова, Ю.Ю. Кочеткова // Економіка і менеджмент: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку. — 2016. — Том 4.

3. Міщенко А.П Стратегічне управління - Навчальний посібник

УДК 351:614.2: 351.773

Бевз О. В., магістрант

Тернопільський національний економічний університет

УПРАВЛІННЯ ЗАКЛАДАМИ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я В УМОВАХ СИСТЕМНИХ ЗМІН

Система охорони здоров'я України знаходиться в умовах перманентних трансформаційних змін. Сучасний рівень механізмів управління охороною здоров'я України не відповідає новітнім тенденціям. Вона потребує якісних системних змін, альтернативних напрямів реформування, розробки нових моделей взаємодії механізмів менеджменту медичної сфери.

Вагомий внесок у дослідження питань системного реформування управління сферою охорони здоров'я зробили такі науковці, як: М. Білинська, С. Вовк, О. Виноградов, О. Галацан, В. Гаращук, Ю. Гаруст, В. Гладун, Л. Гриценко, В. Кабашкін, Ю. Котляревський, В. Кравченко, Я. Кузьмінов, Н. Курділь, А. Кухарук, В. Лобас, З. Митник, В. Москаленко, З. Надюк, Н. Нижник, С. Палиця, С. Орєхов, Ф. Радиш, Т. Сіташ, В. Устименко, Л. Федулов, Н. Шевчук, М. Шутов та інші. Утім, попри чималий інтерес до проблематики трансформаційних процесів в медичній галузі, управлінню системними змінами у сфері охорони здоров'я в Україні не було приділено належної уваги, що й зумовило наукову актуальність дослідження.

Сфера охорони здоров'я (далі – ОЗ) – різнобічна складна система. Управління системою ОЗ передбачає визначення функцій управління, що конкретизуються в операційній діяльності суб'єктів менеджменту в

різних секторах економіки (державному, приватному, нетрадиційному/народне цілительство) для досягнення мети – збереження та зміцнення здоров'я населення України [1].

Аналіз літератури з проблем державного управління охороною громадського здоров'я дав змогу виділити такі підходи до відносин управління в ОЗ [2; 3]: управління ОЗ є водночас механізмом й формою реалізації управління суспільством; вплив менеджменту сферою ОЗ містить організаційний компонент у медичному закладі, сфера охорони здоров'я представляє суб'єктну структуру, що складається з державних і приватних медичних закладів.

Розмежування менеджменту державних медичних організацій і приватних медичних закладів визначається: організаційними механізмами управління ОЗ; власне самою системою державного управління в медицині; змістом управлінських завдань всередині державних медичних організацій і приватних медичних закладів. Сфера ОЗ - це розгалужена структура державних медичних організацій і приватних медичних закладів (лікувальні заклади, центри первинної медико-санітарної допомоги, диспансери тощо), ВНЗ, науково-дослідні інститути з різними підходами до формування громадського здоров'я домогосподарств. Кожна згадана інституція належить до різних форм власності і має різне підпорядкування. Сучасні дослідження пропонують набір кращих практик (best practices) механізмів управління ОЗ, які можна використовувати при типових ситуаціях та які стали ефективними для системного підходу в менеджменті державних медичних організацій і приватних медичних закладів.

Система державного управління ОЗ є надскладною, то під час вивчення її суб'єктів, об'єктів, механізмів, а також чинників впливу слід використати системний підхід. Саме його обґрунтовано вважають необхідною умовою для вивчення менеджменту державних медичних організацій і приватних медичних закладів різних країн світу. Успіх функціонування медичних закладів залежать, насамперед, від системного підходу, інноваційної орієнтації та гнучкості менеджменту державних медичних організацій і приватних медичних закладів. Останні постійно змінюються, оскільки політика держави, зростання конкуренції в деяких сферах ОЗ, вихід на вітчизняний ринок іноземних закладів ОЗ, кардинально змінили умови господарювання в цій сфері та зробили неефективними існуючі організаційні форми, механізми й інструменти менеджменту державних медичних організацій і приватних медичних закладів.

У розвинутих країнах управління охороною здоров'я відрізняється за рівнем централізації, регулювання, ролі страхування тощо. Так, у

моделі Бевериджа держава є головним споживачем та постачальником послуг ОЗ, а ринковим механізмам відведена другорядна роль менеджменту сфери ОЗ, як правило, під контролем держави. Модель Бісмарка (страхова модель управління охороною здоров'я) характеризується наявністю обов'язкового медичного страхування всього населення. Такій моделі менеджменту охорони громадського здоров'я властива багатоканальна система фінансування.

Систему ОЗ в Україні можна охарактеризувати як недосконалу та застарілу. Для неї притаманні відсутність належного медичного обслуговування, моральний і фізичний знос відповідної інфраструктури, незначні обсяги інвестицій та бюджетного фінансування, нерівномірний та нераціональний розподіл фінансових ресурсів у системі, значна кількість звернень громадян за медичними послугами, низький рівень профілактичної медицини тощо. Все це призводить до низького рівня життя населення в країні, демографічної кризи, еміграції.

На підставі аналізу специфічних рис функціонування медустанов в умовах системних трансформацій та особливостей надання медичних послуг слід побудувати такий механізм управління закладами ОЗ, який базується на моделі ефективного менеджменту (містить п'ять етапів управління: аналіз, планування, організація, координація, оцінка й контроль). Це дозволить підвищити ефективність менеджменту та забезпечити конкурентоспроможність закладу ОЗ.

Список літератури

1. Вовк С. Механізми державного управління системними змінами у сфері охорони здоров'я. дис... канд. екон. наук: 25.00.02 / Вовк С; Донецький державний університет управління. М., 2019. 492 с.

2. Добрынин Н. М. Универсальный энциклопедический словарь для всех и каждого: современная версия новейшей истории государства. Москва : «Наука», 2012. 605 с.

3. Луговий В. І. Десять років становлення (досвід досліджень, розробок і впроваджень у сфері державного управління). Зб. наук. матер. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України. Київ : Вид-во НАДУ, 2005. 356 с.

УДК 338.48

Безугла Л.С., к.н.держ.упр., доцент,
доцент кафедри маркетингу
Дніпровського державного аграрно-економічного університету

ОСНОВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Зелений туризм в Україні – це, новий напрям відпочинку, популярність якого зростає з року в рік. Не секрет, що погана екологічна ситуація в великих містах, необхідність вирішення повсякденних проблем в бізнесі та побуті призводять до стресів і нервового напруження. З цієї причини все більше людей відмовляється від популярних курортів з пасивним проведенням часу на пляжі або біля басейну і вважає за краще відпочивати ближче до природи, щоб насолоджуватися свіжим повітрям, гуляти по лісу, збирати свіжі ягоди і гриби, пити воду з джерела і харчуватися натуральними продуктами.

Крім того, зелений туризм включає також пізнавальний елемент. Туристи знайомляться з сільськими традиціями і культурою, народними промислами і ремеслами. Зелений туризм - це не тільки відпочинок на приватних садибах, фермах і незачеплених міською цивілізацією територіях, а й участь в житті села. Вони живуть в затишних садибах, збирають гриби та ягоди, ходять на полювання і риболовлю, допомагають в полі, при бажанні можуть навчитися їздити верхи на коні, виготовляти горщики з глини, плести вироби з лози і т.д. Також туристи беруть участь в народних обрядах і гуляннях [1].

Зелений туризм акцентує увагу на вивченні культури та побуту певного регіону. До речі, в Україні такий вид відпочинку набирає обертів в Карпатах. За статистичними даними в Україні на кінець 2017 року налічувалось 377 садиб, які задіяні в сільському (зеленому) туризмі. Найбільша частина функціонуючих садиб зафіксовано в Івано-Франківській області - 306 одиниць.

Зелений туризм розвивається за трьома напрямами:

- активний відпочинок в умовах незайманої природи під час вікенду;
- тимчасове проживання в наметі на березі річки або озера та відмова від благ цивілізації (телевізора, Інтернету, електрики, транспортних засобів);
- комфортний відпочинок в невеликому котеджі в селі з можливістю користуватися водопроводом, санвузлом, електрикою.

Головний принцип зеленого туризму – це, турбота про охорону

навколишнього середовища. Цей вид відпочинку має наступні переваги:

- доступність - відпочинок в наметі або оренда будиночку в селі дешевше, ніж орендувати кімнату навіть на маловідомому курорті;

- різноманітність послуг та розваг - дозволяє весело і цікаво проводити час, в залежності від місця розташування, туристи можуть їздити верхи на конях, займатися рафтингом, вивчати народні ремесла, ходити на екскурсії;

- спокійність - проходить далеко від міського шуму і сприяє повному релаксу та відновленню сил.

Види зеленого туризму:

- сільський - це надання або отримання послуг туристичних атракцій, асоційованих з відпочинком, по використанню екосистемного потенціалу агропромислового комплексу та локальної інфраструктури певного регіону сільської місцевості або ж її характерної колоритної особливості (культурної, архітектурної, етнічної, господарської тощо) [2];

- екотуризм - вивчення флори і фауни місцевості. Подорож до заповідників допоможе не тільки відпочити, а й збагатитися духовно та інтелектуально. У цьому випадку акцент робиться на активній поїздці;

- агротуризм – отримання та засвоєння цікавих та корисних навичок за допомогою садово-польових робіт. Це може бути збір фруктів, меду, рибалка, полювання, годівля домашніх тварин в господарствах, в тому числі таких, які зустрічаються рідко, наприклад, норки. Агротуризм пропонує перебування в фермерському господарстві або, так званій агрооселі.

Зелений туризм може ефективно розвиватися і функціонувати на таких територіях:

- національні парки і специфічні охоронювані території;
- села;
- сільськогосподарські ферми;
- зони відпочинку і дачні зони;
- лісовий фонд;
- природні феномени;
- монастирі і священні місця;
- малі міста з характерною архітектурою, побутом, культурою;
- пам'ятки народної культури під відкритим небом.

Основною передумовою функціонування зеленого туризму на конкретній території є наявність туристичних ресурсів, які являють собою сукупність природних і штучно створених людиною об'єктів, придатних для створення туристичного продукту. Ця сукупність включає економічні, природні, культурно-історичні, трудові, соціальні,

виробничі. Саме наявність та поєднання природних, соціально-економічних та екологічних ресурсних аспектів, необхідних для розвитку зеленого туристичного бізнесу, в змозі забезпечити більш ефективне його функціонування.

Список використаної літератури:

1. Колесник О.О. Економіка і статистика туристичного ринку : монографія / О.О. Колесник. Житомир : ЖДТУ, 2011. 196 с.

2. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т.І. Ткаченко. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. 462 с.

УДК 331.108.26

Біленко О.В., к.е.н., доцент
Ширіна О.О., студентка
НУ "Запорізька політехніка"

КАДРОВА ПОЛІТИКА НА ПІДПРИЄМСТВАХ В АЗІЙСЬКИХ КРАЇНАХ

Кадрова політика — система роботи з персоналом, що об'єднує різні форми діяльності й має на меті створення згуртованого й відповідального високопродуктивного колективу для реалізації можливостей підприємства адекватно реагувати на зміни в зовнішньому і внутрішньому середовищах.

Організація раціонального планування використання людських ресурсів є запорукою ефективного функціонування підприємства. На думку зарубіжних фахівців, важливими аспектами прогнозування використання робочої сили на підприємстві слід вважати фірмову кадрову політику, розробку етапів планування потреби у фахівцях різного профілю та їх подальшого розвитку.

У розвинених азійських країнах процеси впровадження результатів науково-технічного прогресу та інтенсифікації виробництва зумовлюють й реформування кадрової політики фірм. Проте, традиційна система довічного найму працівників та подальшого розвитку кадрового потенціалу, яка передбачає безперервне просування кар'єрними сходами, залишається у багатьох компаніях.

В японських фірмах велику увагу приділяють початковому вивченню сильних і слабких сторін особистості працівника та підбору для нього відповідного робочого місця. З метою виявити можливості

кандидатів при прийомі на роботу проводяться складні методики відбору. В Японії не існує традиції розподілу працівників на висококваліфікованих, малокваліфікованих та некваліфікованих. Всі працівники при прийнятті їх на роботу обов'язково підвищуватимуть свою кваліфікацію.

Напрями розвитку кадрового потенціалу в Японії:

1. Цільова підготовка фахівців в університетах і коледжах. Наприклад, деякі підприємства виділяють стипендії на навчання найбільш обдарованих студентів, для того, щоб найбільш талановиті кадри потім працювали у них.

2. Організація безкоштовного навчання вузькоспеціалізованих працівників.

3. Залучення на навчання іноземних фахівців, з подальшим їх працевлаштуванням на японських підприємствах [1]

Основні характеристики соціально-психологічного стилю управління в японських фірмах: великий вибір посад і гнучка система призначення; згуртованість колективу; ініціативність і творча праця; турбота і увага до працівників; спільне володіння інформацією; трудова мораль; взаємна довіра; далекоглядність. Кожен з членів колективу відчуває себе частино великої сім'ї. Для працівників проводяться спільні заходи задля покращення стосунків у колективі.

Область, що не перекривається "ядрами" функціональних обов'язків кожного конкретного працівника, є загальним полем діяльності, сферою спільної праці. Такі обов'язки в кожному конкретному випадку може виконати будь-який вільний в даний момент працівник. Підбір підрозділу за принципом "команди" передбачає не тільки повну сумісність, а й взаємну доповнюваність одного працівника іншим. У західній моделі менеджменту кожен працівник має строго певне коло обов'язків, за виконання яких слід заохочення, а за невиконання - покарання. У японській же системі всі працівники трудяться спільно, виконуючи ті чи інші функції в міру виникнення необхідності в них. При оцінці колективної праці менеджери уникають негативних характеристик, вступаючи за принципом: "виконувати не того, хто винен, а то, що погано". Така націленість групи на роботу неминуче породжує ініціативу, створює сприятливу організаційну та психологічну середу, підвищує згуртованість малих груп, розвиває взаємодопомога. [2, с.71]

Корейським традиціям менеджменту повною мірою відповідає японська модель ринку праці, побудована за принципом жорсткої ієрархії та системою оплати праці й службового просування за принципом старшинства. Водночас, конкуренція на світовому ринку

спонукала керівництво провідних корейських компаній до пошуку більш ефективних підходів до формування і реалізації кадрової політики, які комбінують традиційну японську систему та систему західних країн. Прикладом такої інтегрованої системи управління персоналом є гібридна система кадрової політики Samsung - промислового концерну, однієї зі світових корпорацій, що стрімко розвивається. На світовому ринку Samsung відомий як виробник високотехнологічних компонентів, телекомунікаційного обладнання, побутової техніки, аудіо- та відео приладів.

Основними принципами гібридної системи кадрової політики Samsung є:

- симбіоз спеціалістів, запрошених із зовнішнього ринку праці на конкурентній основі, зі «своїми» кадрами;

- щорічний набір співробітників на посади нижчого рівня в поєднанні із західними принципами набору за конкурсом для досвідчених спеціалістів;

- співіснування двох принципів оплати праці та кар'єрного зростання:за вислугою років і за заслугами;

- заходи заохочення більшою мірою є стандартними, водночас, можуть бути й індивідуальні. [3]

Процес відбору кандидатів на працевлаштування до Samsung складається з чотирьох основних етапів: подання документів через офіційний сайт корпорації; складання іспиту на вступ (SSAT, Samsung Aptitude Test); співбесіда; медичний огляд.

Samsung активно інвестує в навчання і розвиток своїх співробітників: забезпечує їх програмами щодо розвитку лідерських якостей, проводить тренінги в сфері маркетингу і технологій. Також компанія практикує та щорічно проводить ротацію менеджерів з метою підібрати наявним співробітникам найбільш підходящі посади. За результатами щорічної комплексної оцінки і аналізу всіх можливостей та результатів роботи кожного співробітника, йому надаються програми з розвитку персоналу, в яких враховано стандарти оцінки. Оплата праці складається зі стабільного заробітку (вищого за середній в країні), премій і бонусів, а також пакету соціальних пільг.

Задля сприяння розвитку ретельно відібраних груп людей, які в майбутньому могли б стати лідерами компанії в різних офісах Samsung в інших країнах, функціонує Глобальна програма стипендій (Samsung Global Scholarship Program).

Отже, корейська система кадрового менеджменту приділяє велику увагу корпоративному духу, заохочує вірність компанії, але водночас цінуються професіоналізм і особисті якості працівників, що дозволяє

розвивати в рамках і на користь фірми талановитих співробітників.

На систему управління персоналом китайських компаній справляють істотний вплив особливості власного менталітету і традицій, які сформовані доктриною конфуціанства: жорсткий контроль не приносить результатів, в основі порядку і сумлінної праці лежать самовиховання і порядність людей. Дане тлумачення стало підґрунтям двох моделей управління персоналом: піклувальної моделі, де менеджер піклується про умови праці та сприятливий соціально-психологічний клімат в компанії, і стратегічної моделі, при якій менеджер несе відповідальність за формування і розвиток кадрового потенціалу компанії. [4]

Загальні характеристики кадрової політики в традиційних китайських компаніях: відсутність інтегрованості кадрової політики до бізнес-стратегії фірми; незначна увага керівників до розвитку персоналу; домінування облікових й контрольних функцій у менеджерів середньої ланки; практична відсутність в системі управління персоналом орієнтованості на результат; наявність протекціонізму всередині колективу, тобто кар'єрне зростання, винагороди та покарання часто здійснюються під впливом особистих відносин, які формуються між керівниками і підлеглими; застосування переважно короткострокових стратегій мотивації працівників; недооцінка прагнення молодих спеціалістів до реалізації власних можливостей.

Сьогодні перед китайськими підприємствами постає завдання інтеграції світового досвіду формування і реалізації кадрової політики в специфіку організаційної культури. Збільшення присутності іноземних компаній в Китаї сприяє проникненню й західних кадрових технологій, зокрема поступово впроваджуються системи оцінки роботи співробітників та навчання персоналу, аутсорсинг і кроссорсинг у співпраці з кадровими агенціями.

Отже, кадрова політика на підприємствах в азійських країнах базується на таких основних принципах: злагодженість у роботі в команді; швидке виконання наказів керівника; професійний ріст працівників; довіра всіх працівників своєму керівнику. Завдяки цьому більшість азійських країн посідають провідні місця у світовій економіці. Водночас, не зважаючи на спільні характеристики, кожна з азійських країн є унікальною, адже підходи до управління персоналом ґрунтуються на певній атмосфері, що сформована культурою та історією держави і менталітетом її населення.

Література:

1. Агарзаева Г. Ш., Рабцевич А. А. Система развития кадрового потенциала в японских компаніях. *Молодой ученый*. 2015. №5. С. 227-229. URL: https://moluch.ru/archive/85/15932/ (дата звернення: 21.10.2019).

2. Щёкин Г. В. Основы кадрового менеджмента: Учебник. 5-е изд., стереотип. Киев : МАУП, 2004. 280 с.

3. Система управления компании Samsung. URL: http://www.efko.ru/kadry/international_corporate_culture/10516/.

4. Микуляк О. Б., Малиновский Д. А. Маркетинговые стратегии развития персонала через призму китайского опыта применения. *Молодой ученый.* 2016. №14. С. 362-366. URL: https://moluch.ru/archive/118/32721/ (дата звернення: 21.10.2019).

УДК 336.648

Біляк Т.О., ст. викладач кафедри менеджменту і підприємництва
Ушакова О.О., магістрант, гр. ПВМ-3, ФБСО
Державний університет «Житомирська політехніка»

СУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Під інвестиційною привабливістю розуміється інтегральна величина, що характеризується не тільки платоспроможністю, стійкістю фінансового стану підприємства, а також ефективністю використання його майна, здатність до саморозвитку за рахунок нарощування прибутковості капіталу, техніко-економічного змісту виробництва, зростання якості і конкурентоспроможності продукції. Виходячи з цього, інвестиційна привабливість підприємства - це комплексний показник, за допомогою якого кількісно визначають доцільність інвестування коштів в конкретне підприємство.

Під інвестиційною привабливістю розуміють певні критерії оцінки ефективності капіталовкладень в різні об'єкти при наявності альтернативних варіантів розміщення ресурсів. На підставі чого інвестиційна привабливість підприємства може розглядатися як параметр доцільності вкладення в нього тимчасово вільних грошових коштів.

В даний час чітко сформувалися базові інструменти фінансування діяльності підприємств. Найпоширенішими способами залучення

інвестицій є:

1) кредити і позики;

2) формування інвестицій через додаткові внески засновників;

3) кошти стратегічного інвестора.

Використання кредитів і позик дозволяє в найкоротші терміни акумулювати інвестиційні ресурси, але визначення кредитором обсягу, терміну, їх вартості робить даний спосіб в порівнянні з іншими більш дорогим. При цьому невід'ємною умовою отримання позик і кредитів є високий рівень платоспроможності або висока вартість заставного майна.

Два способи залучення інвестицій (формування інвестицій на фондовому ринку і засоби стратегічного інвестора) також вимагають від підприємств прозорості бізнесу, відкритої звітності. При цьому, чим вища інвестиційна привабливість підприємства на даному ринку, тим вища можливість залучення інвестиції.

Необхідно враховувати також той факт, що кожен інвестор при визначенні об'єктів інвестування ставить перед собою цілі. Залежно від них інвесторів можна розділити на дві групи.

Перша група - інвестори фінансового типу, які прагнуть до максимізації вартості підприємства на основі забезпечення максимального прибутку в момент виходу з проекту.

Інвестиційні компанії і фонди, насамперед фонди венчурних інвестицій реалізують себе як фінансові інвестори, які отримують прибуток з дивідендів або купонів, що сплачуються компанією, а також зі зростання курсу цінних паперів підприємства.

Друга група інвесторів - це інвестори стратегічного типу, які прагнуть отримати додаткові вигоди від капіталовкладень, активно беруть участь в управлінні об'єктом інвестиційних вкладень. Зазвичай в якості стратегічного інвестора в сучасних умовах виступає компанія, діяльність якої безпосередньо пов'язана з бізнесом підприємства, в яке інвестори вкладаються.

В даний час використовується система параметрів, яка дозволяє визначити фінансовий стан і розрахувати інвестиційну привабливість підприємства. При цьому оцінка інвестиційної привабливості повинна бути проведена як на основі аналізу документів фінансової звітності підприємства і позаоблікової інформації про підприємство, що формує системність у вивченні макро- і мікроекономічних чинників: віднесення підприємства до конкретних галузей (галузі, що знаходяться у фазі кризи і депресії або в фазах пожвавлення і підйому) або територій (як відомо, і регіон, і область можуть володіти різним ступенем інвестиційної привабливості).

Такий комплексний аналіз дозволяє потенційному інвестору виділити ті підприємства, які мають великі потенції подальшого перспективного розвитку в середньо-, довгостроковій перспективі і дозволять інвестору отримати планований прибуток з вкладеного капіталу при наявних ризиках.

Таким чином, кожне підприємство як об'єкт інвестиційного ринку характеризується власним рівнем інвестиційної привабливості і одночасно залежить від рівня інвестиційної привабливості вищої системи. Як наслідок, приймаючи рішення про фінансування проекту, необхідно визначити вплив безлічі чинників, які формують прибутковість інвестиційних вкладень. З огляду на різні варіанти різних значень цих факторів, інвестор оцінює їх акумульований вплив, тобто інвестиційну привабливість соціально-економічної системи в цілому.

Виходячи з чого виникає необхідність кількісної оцінки інвестиційної привабливості підприємства. На нашу думку, даний показник повинен мати економічний сенс, що визначає сукупність вимог, що пред'являються до методики розрахунку інтегрального показника інвестиційної привабливості. Такий показник повинен: враховувати для інвестора значущі фактори зовнішнього середовища; відображати прибутковість вкладених коштів; бути порівнянним з ціною капіталу. Для цього можуть бути використані як статичні, так і динамічні показники ефективності інвестиційних проектів.

Список використаної літератури:

1. Адамайтис Л.А., Агапитова Е.А. Применение сравнительной рейтинговой оценки в анализе инвестиционной привлекательности предприятия // Экономический анализ: теория и практика. - 2017. - № 41. - С. 27-34.

2. Чараева М.В. К вопросу о выборе методики оценки инвестиционной привлекательности предприятия // Финансы и кредит. - 2018. - № 14. - С. 34-40.

3. Волков И.А. Адаптивность аттракторной модели привлечения инвестиционных средств // Дискуссия: журнал научных публикаций. - 2018. -№ 1 (19). - С. 61-66.

4. Поляков П.А. Комплексные подходы к оценке инвестиционной привлекательности компаний развивающихся стран на международных рынках // Управление экономическими системами: электрон. науч. журн. - 2018. - № 9. -URL: http://uecs.ru/uecs45-452012/item/1556-2018-09-26-05-31-21.

УДК 345.35

Біляк Т.О., ст. викладач кафедри
менеджменту і підприємництва
Бордюг Б.М., магістрант групи ЗДУМ-18-10м, ФПУП
Державний університет «Житомирська політехніка»

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ЗАПОБІГАННЯ КОРУПЦІЇ

Особливість сучасного періоду розвитку України в тому, що через мережі неформальних і нелегальних взаємодій, посадових осіб і бізнесменів, пов'язаних взаємними зобов'язаннями, а не через нормативні контрактні відносини між різними органами влади, включаючи суди і правоохоронні органи, між органами влади та приватним бізнесом, проходить значно більша частка валового національного продукту, ніж у розвинених державах світу.

На основі зарубіжного досвіду протидії корупції можна описати найважливіші принципи, істотно підвищують ефективність антикорупційної діяльності і цілком застосовні в нашій країні. Так, до осново принципу у зарубіжному досвіді відносять публічність органів влади. У сучасній державі органи влади повинні бути публічними в двох сенсах одночасно. По-перше, органи влади повинні бути публічні в тому сенсі, що вони повинні діяти в інтересах суспільства, вирішувати його проблеми, сприяти його розвитку. По-друге, органи влади повинні бути публічними в сенсі інформаційної відкритості для суспільства усієї своєї діяльності за винятком дуже вузьких сфер секретних, які визначаються виключно необхідністю забезпечення безпеки суспільства і держави.

Підконтрольність органів влади суспільству можлива тільки при здійсненні їх відкритості. У таких умовах відомості про всі підготовлювані рішення органів влади, процедури їх прийняття і виконання, повинні бути доступні організаціям громадянського суспільства і всім зацікавленим громадянам. Зокрема, будь-які організації та громадяни повинні мати можливість доступу до детальних описів виконання та планування бюджетів діяльності будь-яких органів влади. В узагальненому вигляді статті їх бюджетів подаються організаціям і громадянам лише в тих випадках, коли деталізація цих бюджетів може зашкодити безпеці суспільства або держави.

Всепроникний характер корупції передбачає не ієрархічний, як в органах влади, а мережевий принцип протидії їй. Тому найважливішим ресурсом реальної протидії корупції відповідно до світового досвіду

визнається діяльність громадянського суспільства, адже саме воно здатне протиставити мережевому і всепроникаючому характеру корупції свої мережеві та присутні в усіх сферах діяльності ресурси об'єднань громадян.

Реальне забезпечення прав і захисту приватної власності, полягає в тому, що легальна приватна власність має бути захищена органами влади від будь-яких посягань, приватні підприємці повинні володіти усіма правами на володіння і розпорядження своєю легально отриманої власністю. В таких умовах стає неможливим для органів влади або кримінальних організацій відібрати у підприємців приватну власність, здійснити незаконну рейдерську операцію з передачі приватної власності іншим особам, змусити приватних підприємців здійснювати незаконні платежі або давати хабара за продовження користування своєю власністю.

Для забезпечення ефективності протидії корупції визнана необхідність здійснення невідворотності покарання за вчинення корупційних дій. Невідворотність покарання за вчинення корупційних дій повинна означати, по-перше, що корупціонери практично ніколи не зможуть піти від справедливого покарання, інакше може статися тільки випадково. По-друге, що справедливо будуть покарані будь-які корупціонери, незалежно від їх посад в системі органів влади, приватного бізнесу, некомерційної або громадської сфери. Невідворотність покарань за вчинення корупційних дій не є єдиною умовою, що забезпечує зниження рівня корупції в країні.

Презумпція вини чиновників у корупції означає, що, по-перше, кожен із них постійно підозрюється у вчиненні корупційних дій, а, по-друге, що при виявленні фактів корупції звинувачення в участі в корупційних діях, перш за все, пред'являються чиновникам, а не громадянам і не бізнесменам, які могли брати участь у таких діях. В обох цих випадках чиновники повинні самостійно знаходити і пред'являти докази їх невинності у вчиненні корупційних дій. Ще однією особливістю реалізації презумпції винності чиновників у корупції є те, що правоохоронні органи і суди довіряють свідченнями громадян і ЗМІ про вчинення корупційних дій чиновниками, а тому завжди перевіряють такі свідоцтва, незалежно від особистостей тих, хто їх представив навіть без повного набору доказів.

Наслідком презумпції винуватості чиновників у корупції є необхідність публічних подань ними декларацій доходів і витрат, як своїх, так і своїх родичів. Презумпція вини чиновників у корупції застосовується в Китаї та в деяких інших країнах, не будучи обов'язковим принципом протидії корупції. Але в сучасній Україні

реалізація цього принципу в комплексі з іншими суттєво сприяла б зниженню рівня корупції.

Принцип необхідності захисту свідків у кримінальних і цивільних судових розглядах проти корупціонерів свідчить про те, що успіхів у протидії корупції, як показує досвід різних країн світу, можна досягти тільки при використанні свідчень учасників та потерпілих від корупційних дій. Найважливіші принципи захисту свідків, вироблені у відповідності зі світовим досвідом, представлені в нормах прийнятої 29 листопада 1985 року Генеральною Асамблеєю ООН Декларації про основні принципи правосуддя для жертв злочинів і зловживань владою. До цих принципів, зокрема, належать вимоги державам вжити заходів для зведення до мінімуму незручностей для жертв, при необхідності охорони їх особистого життя, забезпечення захисту від залякування та помсти, а також безпеки їх самих, їхніх сімей та свідків з їх боку. Крім того, необхідно ставитися до жертв злочинів із співчуттям та поважати їх гідність, забезпечувати їх право на доступ до правосуддя і на якнайшвидшу компенсацію без невиправданих затримок за заподіяну їм шкоду.

Ці ж принципи необхідно застосовувати і до жертв корупційних дій, коли самі ці дії не кваліфікуються як злочини, а також до будь-яких свідкам фактів корупції. Вони описані в статті 32 Конвенції ООН проти корупції: «Кожна держава-учасниця вживає належних заходів, відповідно до своєї внутрішньої правової системи та в межах своїх можливостей, з тим, щоб забезпечити ефективного захисту від ймовірної помсти або залякування свідків та експертів, які свідчать у справах за злочинами, що визнані такими цією Конвенцією, та, у відповідних випадках, щодо їхніх родичів та інших близьких їм осіб».

Профілактика вчинення корупційних дій визнається необхідною тому, що корупція приносить високі втрати для суспільства, економіки та держави, а в силу їх таємного характеру збирати юридичні докази вчинення корупційних дій завжди дуже складно. Активна та ефективна профілактика корупції дозволяє запобігати скоєнню корупційних дій, знижує втрати від корупції, сприяє підвищенню шансів виявлення фактів корупції правоохоронними органами за рахунок зниження навантаження на кожного з їх співробітників.

В різних країнах світу застосовують і багато інші принципи протидії корупції, до яких найчастіше відносять: необхідність незалежної судової влади, забезпечення верховенства закону, незалежності ЗМІ та наявності реальної політичної конкуренції. Реалізація цих принципів в комплексі з іншими може істотно сприяти зниженню рівня корупції, що використовувалося в багатьох країнах світу. Але в сучасній Україні всі

ці принципи неможливо реалізувати в найближчій перспективі без істотного зниження рівня поширеності корупції. Тому в нашій країні швидше зниження рівня корупції призведе до підвищення ймовірності реалізації цих принципів, що ці принципи можна буде використовувати у протидії корупції.

Проаналізувавши зарубіжний досвід, на наш погляд, при побудові механізму протидії корупції в Україні слід підходити з точки зору моральності, яке вже давно існує в цивілізованому суспільстві і актуальне сьогодні на шляху до євроінтеграції України. Таким чином, дослідження основних принципів та мінімальних стандартів, яких намагаються дотримуватися уряди країн світу у співпраці з приватним сектором в галузі державних закупівель, має стати для України вектором для зниження рівня корупції під час проведення торгів за державні кошти. Держава повинна нести повну відповідальність за забезпечення цілісності спрямованих коштів під час прок'юрементного процесу. З іншого боку, громадянське суспільство може і повинне використовувати принципи, важелі та мінімальні стандарти у напрямку контролю за діями державних органів та уповноважених осіб під час укладання державних контрактів. Оскільки приборкати корупцію можливо лише спільними зусиллями (діючи окремо чи разом) держави, громадянського суспільства та приватного сектору.

Список використаної літератури

1. Водоласкова К. Ю. Міжнародні принципи та інструменти у боротьбі проти корупції в галузі державних закупівель [Електронний ресурс] / К. Ю. Водоласкова // Часопис Київського університету права. - 2015. - № 4. - С. 323-328. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chkup_2015_4_75

2. Задирака Н. Світовий досвід запобігання та протидії корупції: до питання про інтеграцію законодавства України до права Європейського Союзу [Електронний ресурс] / Н. Задирака, Р. Кабанець // Віче. - 2014. - № 10. - С. 27-29. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/viche_2014_10_12

3. Молдован Е. С. Морально-світоглядні принципи подолання корупції на державній службі [Електронний ресурс] / Е. С. Молдован // Університетські наукові записки. - 2009. - № 3. - С. 291-295. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Unzap_2009_3_54

УДК 330

Бірюков Т.Р., магістрант,
Науковий керівник: Гуржій Н.М., проф., д.е.н., доц.
Запорізький національний університет

СУЧАСНІ ПРАКТИКИ КСВ В УКРАЇНСЬКОМУ БІЗНЕСІ

В науковій літературі корпоративною соціальною відповідальністю (КСВ) бізнесу називають застосування практик відповідального бізнесу, що дозволяють створити корисний ефект для суспільства і бізнесу, сприяючи соціальному, економічному й екологічно стійкому розвитку за рахунок максимізації позитивного впливу бізнесу на суспільство та мінімізації негативного [1].

КСВ передбачає досягнення успіху підприємницької діяльності методами, які є екологічно безпечними для навколишнього середовища та такими, що враховують морально-етичні принципи співтовариства. Окрім того корпоративною соціальною відповідальністю називають відповідальне ставлення підприємства до своєї продукції, персоналу, споживачів та партнерів, активну соціальну позицію компанії, що виражається у постійному забезпеченні балансу між потребами суспільства та діяльністю організації, тобто гармонійному співіснуванні, взаємодії та постійному діалозі із соціумом, активній участі у вирішенні найгостріших соціальних питань.

В умовах агресивної конкуренції найбільш спішними компаніями світу стають саме ті, для яких корпоративна соціальна відповідальність є однією із пріоритетних корпоративних стратегій успішного розвитку бізнесу. Глобальна модель корпоративної соціальної відповідальності базується на етичній поведінці бізнесу.

В Україні основним стимулом запровадження практик КСВ у вітчизняному бізнесі є моральні міркування, а головними перешкодами для впровадження політики соціальної відповідальності представники компаній називають недостатню кількість фінансів, нестабільну політичну ситуацію в державі, податковий тиск з боку органів української влади, військовий конфлікт з Росією на сході України та недосконаліть нормативно-правової бази країни, яка б сприяла ефективній реалізації цієї діяльності. Наявність каналів зворотного зв’язку є основоположною вимогою, адже КСВ, перш за все, є системою, заснованою на безперервній комунікації між організацією та заінтересованими сторонами [2].

Так основними напрямки корпоративної соціальної відповідальності є:

1) захист навколишнього середовища;

2) права людини;
3) трудові практики;
4) організаційне управління;
5) сумлінні ділові практики;
6) проблеми, пов'язані із споживачами;
7) участь у житті громад та їх розвиток.

За результатами міжнародних досліджень корпоративна соціальна відповідальність дає можливості організаціям підвищувати імідж компанії та її ділову репутацію, встановлювати засновані на довірі стосунки із стейкхолдерами та органами державної влади.

Згідно з дослідженням Cone/Roper, 78% опитаних споживачів стверджують, що з більшою ймовірністю куплять продукцію, що асоціюється із небайдужою для них соціальною ініціативою, а 66% задля підтримки такої ініціативи готові змінити думку щодо свого бренда. За результатами дослідження «Монітор корпоративної соціальної відповідальності» фактори КСВ формують імідж компанії на 49%, її бренд – на 35%, а фінансовий стан – лише на 10% [3].

За результатами опитування «Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу», що проводив Київський міжнароднииий інститут соціології, було визначено, що найважливішим стимулом реалізації програм і заходів з КСВ є моральні міркування, а головними перешкодами для впровадження політики КСВ представники компаній називають брак коштів, нестабільну політичну ситуацію в країні, недосконаліть нормативно-правової бази, яка б сприяла цій діяльності, та податковий тиск. На сучасному етапі розвитку вітчизняного бізнесу 83% підприємств впроваджують політику КСВ. За результатами дослідження популярності практик КСВ в Україні за період 2010 – 2018 рр. найбільш поширеними напрямками реалізації політики КСВ в нашій державі є політика розвитку і поліпшення умов персоналу (76%), благодійна допомога (51%) та допомога воїнам, переселенцям і мешканцям зони АТО (30%) [4].

На думку представників бізнесу в Україні, політика корпораційної соціальної відповідальності повинна бути спрямована на три ключові аспекти: розвиток і поліпшення умов персоналу, інвестиції в розвиток регіону та захист і підтримку споживачів. Корпоративна соціальна відповідальність нажаль ще не інтегрована у систему організаційного управління в українських компаніях, тому що лише в 50 % організацій, з тих, що практикують заходи з управління КСВ, є чітко визначена стратегія корпоративної соціальної відповідальності, 25 % має фінансові кошти на запровадження ефективної системи управління КСВ, а в більшості організацій пошуком ідей для програм з КСВ та

формуванням стратегії їх реалізації займається менеджмент.

Багатонаціональні компанії, що впроваджують практики КСВ головним стимулом впровадження заходів називають моральні міркування, підвищення рівня лояльності персоналу, збільшення обсягів продажів та вимоги материнських компаній. Основними бар'єрами для організацій, що не впроваджують стратегію корпоративної соціальної відповідальності є брак стимулів з боку органів державної влади й недостатня кількість фінансових коштів для реалізації заходів КСВ.

Більшість українських державних та приватних компаній розуміють соціальну відповідальність бізнесу як розвиток і модернізацію умов праці персоналу, фінансові інвестиції у розвиток регіону, а також здійснення екологічних проектів, підтримку і захист споживачів та благодійну допомогу воїнам і мешканцям зони АТО.

Так українські організації, що впроваджують політику КСВ, реалізують програми і заходи з розвитку і поліпшення умов праці персоналу (76%), а інші (51%) надають благодійну допомогу. Поширеність серед вітчизняних організацій практики благодійної допомоги обумовлена, перш за все, складною соціально-економічною ситуацією та гуманітарними проблемами через військовий конфлікт з Росією на Сході України, а також анексію Кримського пів-острову. Можна зробити висновок, що розуміння практики КСВ в українському бізнесі обмежується лише сферами благодійності та поліпшенням умов персоналу, так досі триває негативна тенденція попередніх періодів щодо надто повільних темпів впровадження КСВ на рівні управління. Окрім того, поширеними напрямками впровадження корпоративної соціальної відповідальності серед українського бізнесу є:

1) допомога воїнам АТО та мешканцям та переселенцям із зони АТО;

2) підтримка і захист споживачів;

3) інвестиції в розвиток регіону;

4) боротьба з корупцією;

5) здійснення заходів екологічної безпеки.

Рівень обізнаності вітчизняних підприємств із керівними принципами ОЕСР для багатонаціональних компаній та поінформованості щодо створення при Міністерстві економічного розвитку і торгівлі України Національного контактного пункту становить 15,5% й 8% відповідно. Тільки третина національних компаній, які знають про існування НКП, вважають, що він повинен розглядати скарги від заінтересованих сторін щодо безвідповідальної поведінки бізнесу. Незважаючи на це, готовність співпрацювати з НКП

у разі, коли на підприємство будуть скаржитися, досить висока (75% компаній, які знають про створення НКП, заявили про готовність до співпраці) [5]. Тому для того, щоб створити ефективну систему впровадження корпоративної соціальної відповідальності в Україні, перш за все, необхідно створити умови для ефективної комунікації між урядом, суспільством і бізнесом, розробити національну загальну стратегію розвитку КСВ, створити єдиний інформаційний сайт для забезпечення поінформованості суб'єктів бізнесу у сфері практичних питань КСВ [7].

Згідно із розробленою «Стратегією сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року» стратегічна цінність розвитку КСВ українських компаній зумовлена такими факторами:

1. Низький рівень усвідомлення суспільством ролі бізнесу.
2. Правовий нігілізм і деформація правової свідомості.
3. Низький рівень розвитку корпоративної культури вітчизняних організацій.
4. Термінологічна невизначеність.
5. Закрита звітність українських компаній для широкого загалу.
6. Суперечливе врахування інтересів стейкхолдерів КСВ [6].

Отже, для пришвидшення розвитку та модифікації системи КСВ українського підприємництва необхідно реалізація таких заходів:

1) формування постійно діючого органу, до компетенції якого належали б аналіз існуючого стану КСВ українського бізнесу та сприяння її розвитку;

2) заснування регіональних консультативних рад з питань реалізації національної стратегії корпоративної соціальної відповідальності українського бізнесу або уповноважити на таку діяльність вже існуючі регіональні ради;

3) розроблення національної стратегії розвитку корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в країні;

4) унормування системи преференцій для організацій, що запроваджують політику КСВ та реалізують напрямки соціально важливих програм;

5) модифікація корпоративного управління та поширення стратегій КСВ на вітчизняних державних та недержавних підприємствах;

6) створення єдиного порталу корпоративної соціальної відповідальності для забезпечення обізнаності щодо реалізації національної стратегії КСВ в Україні [7].

Таким чином, Концепція Національної стратегії КСВ в Україні має конкурентну теоретичну і практичну цінність в умовах низької

ефективності державних витрат у соціальну сферу та недоліками державного економічного регулювання. Практична цінність запровадження стратегії полягає у її ресурсному потенціалі, який в умовах вітчизняного бізнес середовища являє собою значний резерв для забезпечення функціонування всього комплексу соціальної сфери. Українські підприємства готові прийняти участь у вирішенні соціальних проблем, якщо держава спрямує свої зусилля та ресурси на створення системи підтримки соціальної активності бізнесу [8].

Список використаних джерел:

1. Інформаційна платформа Stud.com.ua. Побудова системи корпоративної соціальної відповідальності Типологія системних уявлень. URL:https://stud.com.ua/67689/menedzhment/pobudova_sistemi_korporativnoyi_sotsialnoyi_vidpovidalnosti.

2. Мазуренко В.П., Засенко О.Ю. Сучасна концепція корпоративної соціальної відповідальності у міжнародному бізнесі. Ефективна економіка. 2012. № 6. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1199.

3. Блоґ Євгена Тришина – Про маркетинг «Маркетинг в Україні» «КСВ – корпоративна соціальна відповідальність» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ua-marketing.com.ua/?page_id=667

4. Розвиток КСВ в Україні: 2010–2018. Укладачі: Зінченко А., Саприкіна М. – К.: Видавництво «Юстон», 2017. – 52 с.

5. Ровенська В., Ліннник В. Особливості впровадження корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні та Туреччині. Вісник Приазовського державного технічного університету. 2016. Вип. 32. Т. 1. С. 209–215.

6. Гогуля О.П. Соціальна відповідальність бізнесу / О.П. Гогуля, І.П. Кудінова. – К. : Видавництво Національного університету біоресурсів та природокористування України, 2008. – 79 с.

7.Стратегія сприяння розвитку соціальної відповідальності бізнесу в Україні на період до 2020 року. – офіційний сайт [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.svb.org.ua/sites/default/files/201309_strategiya_ spriyannya_rozvitku_svb_v_ukrayini.pdf.

8. Бубен О. Політика з корпоративної соціальної відповідальності «Прикарпаттяобленерго» на 2011 – 2014 р. / О. Бубен // [Електронний ресурс]: – Режим доступу: http://uadocs.exdat.com/docs2/index-593865.html

УДК 658.14.012.22

Богданов М.Х., студент гр. ЕПМ-16, ФБСО
Науковий керівник: к.е.н., доц. Бужимська К.О.
Державний університет «Житомирська політехника»

ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПЛАТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Основа стабільної господарської діяльності суб'єкта господарювання – це показники фінансової стійкості, тобто такий фінансовий стан, який гарантує його постійну платоспроможність. Результати аналізу фінансової стійкості та платоспроможності дозволяють зрозуміти, наскільки правильно підприємство управляло фінансовими ресурсами протягом періоду, що досліджується. Одночасно, недостатня фінансова стійкість може призвести до неплатоспроможності підприємства і відсутності у нього коштів для розвитку виробництва, а надлишкова – заважати розвитку, збільшуючи витрати підприємства на зберігання зайвих запасів і резервів.

На платоспроможність підприємства можуть впливати різні фактори, які можна розділити на дві групи: внутрішні та зовнішні. До першої групи належать такі фактори як: склад і структура продукції(послуг), що випускається, та її питома вага в попиті; розмір засновницького капіталу підприємства; величина і структура витрат виробництва, їх динаміка в порівнянні з доходами підприємства; стан майна і фінансових коштів, включаючи запаси та резерви, їх структура і складові. Друга група включає: положення підприємства на товарному ринку; можливий потенціал підприємства в діловому співробітництві; ступінь залежності від зовнішніх кредиторів та інвесторів; наявність платоспроможних дебіторів; ефективність господарських і фінансових операцій тощо. Ще одним з найбільш масштабних і несприятливих зовнішніх факторів, що дестабілізують фінансову стійкість та платоспроможність підприємства, є інфляція.

Таким чином, сутність фінансової стійкості визначається ефективним формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів, а зовнішнім її проявом є платоспроможність. Платоспроможність – це здатність юридичної чи фізичної особи своєчасно і повністю виконувати свої платіжні зобов'язання.

Циклічність розвитку будь-якого підприємства і наявності періодичних криз, які можуть мати негативний вплив на його діяльність, – все це дає поштовх до розробки серії заходів, які повинні будь-які негативні впливи або нівелювати, або пом'якшити. Треба чітко

розуміти поточний етап життєвого циклу підприємства, прогнозувати наступний перехідний період, а також передбачити глибинні процеси подальшого розвитку. Це визначає важливість розгляду тенденцій розвитку підприємства з точки зору циклічності. У діяльності управлінця одним з найбільш фундаментальних і пріоритетних напрямків в ринковому середовищі є управління фактором платоспроможності. Коректне управління цим фактором дає можливість підприємства в оперативному порядку виживати в умовах боротьби конкурентів, а також володіти потенціалом своєчасного і повного отримання і погашення позикових коштів. У такому випадку наявність платоспроможності на досить високому рівні означає потенціал максимізації прибутковості і рентабельності діяльності підприємства шляхом залучення нових джерел фінансів. Всі ці фактори впливають на збільшення вартості підприємства через забезпечення його привабливості для інвесторів і створення надійної перспективи росту. Ліквідність підприємства в такому разі означає його здатність до покриття своїх зобов'язань шляхом передачі частини активів, що володіють важливою властивістю: їх ліквідність повинна відповідати терміну погашення зобов'язання. Відповідно, ліквідність відноситься до фактору повної і невід'ємної платоспроможності підприємства, що означає необхідність постійної рівності між активами підприємства і його зобов'язаннями за такими параметрами: загальна сума; термін перетворення на гроші (активи) і термін погашення (зобов'язань). В цілому, ліквідність підприємства розуміють як здатність погасити зобов'язання в обумовлений термін, або, в іншому випадку, мається на увазі можливість перетворити статті II розділу активів балансу в грошові кошти для оплати зобов'язань. Отже, платоспроможність підприємства відображає здатність підприємства виконувати свої зовнішні зобов'язання (як короткострокові, так і довгострокові) з використанням своїх активів.

Відповідно, можна зробити висновок, що показники платоспроможності використовуються частіше разом з показниками ліквідності.

Список літератури

1. Коцеруба Н. В. Методичні прийоми та способи аудиту фінансової стійкості та платоспроможності підприємства [Електроннийресурс] / Н. В. Коцеруба // Причорноморські економічні студії. - 2018. - Вип. 35(2). - С. 135-141. - Режимдоступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2018_35(2)__27

2. Олесенко І. С. Платоспроможність підприємства в системі забезпечення фінансової безпеки: сутність та роль [Електронний ресурс] / І. С. Олесенко // Економіка. Фінанси. Право. - 2017. - № 12(3). - С. 45-51.

УДК 316.774

Бондар Д. С., студентка, гр. МО-61, ФБСО
Пащенко О. П., к.е.н., доц. кафедри
менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ІНФОРМАЦІЙНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ЯК ОСНОВА УПРАВЛІНСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

В умовах суворої конкуренції на ринку компанії шукають нові способи забезпечення конкурентоспроможності. Застосування інформаційних технологій є однією з них.

Перед керуючими органами постають завдання отримання інформації, її переробки, а також генерування й передачі нової похідної інформації у вигляді керуючих впливів.

Практично всі офісні системи будуються на основі новітніх систем, обладнаних сучасними комп'ютерними засобами.

Сучасні інформаційні технології є новітніми інструментами ведення бізнесу, адже при їх створенні використовувався досвід найуспішніших компаній. Застосування сучасних технологій дозволяє підприємствам запозичити цей досвід, адаптуючи його до конкретних умов праці.

Існує багато елементів, які потрібні для роботи, що проникають в культуру завдяки мережі Internet.

Такими елементами є:

- оперативні комунікації (електронна пошта, списки розсилок тощо);
- розподілені ресурси та засоби доступу до них (бази даних, портали, термінали, комп'ютерних

мереж);

- засоби координації діяльності (електронні дошки оголошень, форуми, електронні опитування);
- форми зворотного зв'язку і організації співробітництва;
- засоби виробництва (інструментарій пошуку ресурсів і партнерів стандартні програмні засоби).

Інформаційний менеджмент – це інноваційна діяльність, орієнтована на постійний пошук нових способів організації інформаційної діяльності, створення матеріальних і соціальних передумов ефективного доступу до інформації з метою забезпечення інформаційно-комунікаційних процесів, активізації й розвитку наявних форм їх раціонального використання [2].

Поняття «інформаційний менеджмент» вживається в таких

значеннях [3]:

- управління за допомогою інформації (підприємством, організацією, фірмою), тобто інформативне управління;
- управління власне інформацією (ресурсами і потоками) для оптимізації роботи підприємства, організації фірми;
- управління процесами інформатизації, тобто управління інформаційною технологією.

Одне з перших визначень інформаційного менеджменту належить Д. Дачену. На його думку інформаційний менеджмент визначає види інформації, способи її добування з даних, час її подання та коло осіб, що обслуговуються. Це вузьке коло діяльності не виключає всього циклу інформаційного обслуговування. Менеджер з інформації повинен обмежувати обсяги інформування з ключових проблем до рівня, що забезпечить прийняття рішень.

На думку Дж. Борбелі інформаційний менеджмент – це нова стратегія управління інформаційними ресурсами і він повинен бути узгодженим зі стратегічними цілями організації.

За визначенням Мейсона, інформаційний менеджмент – це процес планування, організації, підбору кадрів, управління, координації різних видів інформаційної діяльності та контролю за ними, включаючи означення інформаційних послуг, систем та форматів з метою досягнення цілей організації.

В. Стайбік вважає, що інформаційний менеджмент – це сукупність різноманітних функцій, до яких відносять загальне управління, технічні та програмні засоби, обчислювальний центр, комунікації, друк, копіювання та видавництво, інформаційні ресурси, стандартизацію та захист інформації і даних.

Р. Гиляревський трактує поняття «інформаційний менеджмент» як управління роботою підприємства, здійснюване на основі комплексного використання всіх видів інформації, що знаходяться на підприємстві та за його межами.

Історично склалася ситуація, що інформаційний менеджмент сприймається як менеджмент створення систем, пов'язаних із розробкою, рекламою, торгівлею та експлуатацією комп'ютерних мереж, які обслуговують різноманітні інформаційні потреби сучасних промислових підприємств, банків, комерційних організацій, навчальних закладів тощо.

Основними задачами інформаційного менеджменту є [1]:

1) формування технологічного середовища інформаційної системи підприємства;

2) розвиток інформаційної системи і забезпечення її

обслуговування;

3) планування в середовищі інформаційної системи підприємства;

4) формування організаційної структури в області інформатизації підприємства;

5) використання і експлуатація інформаційних систем на підприємництва;

6) управління персоналом у сфері інформатизації підприємства;

7) управління капіталовкладеннями у сфері інформатизації підприємства;

8) формування та забезпечення комплексного захисту інформаційних ресурсів підприємства;

9) вибір раціональних форм комунікацій, техніки та інформаційних технологій, а також характеристик інформаційних ресурсів, необхідних для досягнення цілей організації;

Інформаційний менеджмент прийнято досліджувати та вивчати згідно наступних підходів [3]:

1) Інформаційний менеджмент розглядається у досить широкому спектрі – від традиційного інформаційного обслуговування до загальної теорії управління: інформаційне забезпечення, інформаційні ресурси, інформаційні послуги та підприємництво, інформаційні системи і їх управління, опрацювання та аналіз інформації, організація комунікації, управління інформаційними технологіями, стратегічне планування та менеджмент.

Всі ці напрямки входять до системи знань інформаційного менеджменту, але деякі з них залежно від трактування, представляються як основні, а решта, доповнюють перші як контекст.

2) Інформаційний менеджмент розуміється як розроблення і реалізація внутрішньої і зовнішньої комунікативної політики організації.

Розглядаючи галузі, які розвиваються на перетині інформаційного менеджменту, виділяють:

- організаційні комунікації;
- документування діяльності підприємства, формування документопотоку і документообігу;
- формування інформаційного потоку фірми, його диспетчеризація, створення довідково-інформаційних фондів і пошукових систем;

Якщо розглядати науково-інформаційну діяльність інформаційного менеджменту то можна сказати, що він є можливістю здійснювати інформаційно-аналітичні і прогностичні дослідження, що базуються на методах інформаційного моделювання.

3) Інформаційний менеджмент визначається як прикладна адміністративно-орієнтована технологія управління інформаційними ресурсами.

У межах концепції управління інформаційними ресурсами виділяють такі складові інформаційного менеджменту [3]:

- предметний інформаційний менеджмент як технологія управління підприємством на основі забезпечення документами, інформацією та знаннями у формах, що відповідають діяльності;
- технологічний інформаційний менеджмент як технологія забезпечення відповідного матеріально-технічного рівня інформаційного середовища;
- програмний інформаційний менеджмент як база забезпечення взаємодії людини і машини в середовищі;
- кадровий інформаційний менеджмент є технологією професіоналізації та спеціальної підготовки користувачів для роботи в інформаційному середовищі;

4) Інформаційний менеджмент на основі інтеграції з IT-менеджментом виступає як складова поліфункціонального напряму організації діяльності – менеджменту інформаційних систем. Особливістю є належність двох напрямків діяльності: перший – загальна теорія управління, системний аналіз, інший – інформаційно – комунікаційний напрям діяльності, базою є знання з інформатики.

Отже, дослідження показало, що інформаційний менеджмент відіграє дуже важливу роль у діяльності кожної організації оскільки фактично являється потужною та ефективною інформаційною підтримкою. А це забезпечує їй існування у сучасних економічних умовах, які вимагають досить швидкого планування та прийняття рішень.

Список використаної літератури:

1. Матвієнко О. В., Цивін М. Н. Інформаційний менеджмент: опорний конспект лекцій у схемах і таблицях. Київ, 2007. 200 с.

2. Матвієнко О. В. Основи інформаційного менеджменту: Навчальний посібник. Київ, 2004. 128 с.

3. Ильганаева В. А., Давыдова И. А. Управление информацией как предмет преподования. Харьков, 2001. 48 с.

УДК 334.328.2

Будурян Т.А., старший преподаватель
Брестский государственный университет

ТЕНДЕНЦИИ КЛАСТЕРНОГО РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОЙ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Стратегия инновационного развития транспортного комплекса Республики Беларусь до 2030 года, в качестве одной из целевых установок определила интеграцию в мировое транспортное пространство, развитие экспорта транспортных услуг и реализацию транзитного потенциала страны в системе международных транспортных коридоров. Одной из главных задач, направленных на достижение поставленной цели, является развитие кластерного подхода к управлению отраслями и регионами Республики Беларусь, обеспечивающего инновационное развитие и повышение конкурентоспособности экономики, как отдельных регионов, так и страны в целом. Исключительная значимость выбора кластерных моделей управления экономическим развитием регионов выдвигает эту проблему в разряд имеющих особое государственное значение.

Стратегическим вектором преобразования региональной транспортно - логистической системы, отвечающей сложившимся экономическим, эколого - технологическим и социально-политическим реалиям, является объединение отдельных элементов логистической инфраструктуры в региональный логистический кластер.

Кластерная концепция представляет собой относительно новый подход к территориальной организации экономической системы, фокусирующий внимание на связях между фирмами, наличии кластеров взаимосвязанных отраслей.

Кластеринг, по мнению многих ученых, является идеальным способом развития экономики и поддержания ее на должном уровне в системе мировых хозяйственных отношений, в том числе и для Республики Беларусь.

Беларусь в настоящий момент лишь на стадии внедрения теории создания кластеров на практике. В этом направлении страна существенно уступает не только развитым странам ЕС, но и конкурентам из Восточной и Центральной Европы.

На рынке международных перевозок складывается непростая ситуация. Государство поддерживает развитие кластерной системы в Беларуси, в ряде случаев им оказывается государственная финансовая поддержка. Законодательно в Беларуси определены примерные

механизмы формирования кластерных инициатив, однако процесс их реализации идет крайне медленно. К основным причинам такого положения можно отнести отсутствие целевой программы с указанием источников и объемов финансирования, значительного практического опыта реализации кластерных инициатив и внятной государственной политики.

Стоит заметить, что в Республике Беларусь наблюдается недостаточное количество высококвалифицированных специалистов в области разработки и реализации кластерного образования, а также слабая нормативно-правовая база. Не маловажным фактом является и то, что не наблюдается большая заинтересованность среди субъектов хозяйствования.

Доля логистических издержек в конечной стоимости продукции стран-членов Таможенного союза: Республики Беларусь, Республики Казахстан и Российской Федерации - составляет 20-25%, в некоторых случаях достигает около 35%, при этом среднемировой показатель находится на уровне 11%.

В сфере логистики в странах-членах Таможенного союза формируется около 10-12% ВВП (транспортный сектор – 7-8%), в то время как в государствах Европейского союза данный показатель составляет около 20-25%. Совершенствование транспортной логистики положительно скажется на развитии внешнеэкономических отношений, а также будет способствовать увеличению экспорта.

Транспортно-логистические кластеры могут стать эффективным инструментом, способствующим социально-экономическому развитию Беларуси и ее областей. Интенсивное развитие рынка транспортно-логистических услуг в Беларуси создает объективные организационно-экономические предпосылки для формирования в РБ транспортно-логистических кластеров (ТЛК), которые считаются наиболее эффективной инновационно-ориентированной формой интеграции участников рынка транспортно-логистических услуг, обеспечивающей на основе инноваций и согласования экономических интересов всех контрагентов цепи поставок максимальный синергетический эффект.

Многие ученые считают, что территориально-производственные кластеры должны стать формой интеграции и поддержки малого и среднего бизнеса. Для этого традиционные макроэкономические и отраслевые подходы к развитию малого и среднего бизнеса необходимо дополнить региональным, выражающимся в формировании территориально-производственных кластеров. На данный момент в Республике Беларусь функционирует 8 кластеров.

К действующим на территории Республики Беларусь кластерам

можно отнести:

1. Медико-фармацевтический кластер «Союз медицинских, фармацевтических и научно-образовательных организаций «Медицина и фармацевтика – инновационные проекты». В его состав вошли Витебский государственный медицинский университет, СООО «Нативита», ООО «Рубикон», ОАО «БелВитунифарм», ООО «ВитВар», СООО «АконитФарма», Витебский областной центр маркетинга, НП «Союз фармацевтических и биомедицинских кластеров» (Россия) и другие [1].

2. Инновационно-промышленный кластер «Микро- опто- и СВЧ-электроника» на базе Национальной академии наук, холдинга «Интеграл», научно-производственного объединения «Планар», предприятия «Минский научно-исследовательский институт радиоматериалов» и других[2] .

3. Светотехнический кластер Республики Беларусь на базе Республиканского научно-производственного унитарного предприятия «Центр светодиодных и оптоэлектронных технологий Национальной академии наук Беларуси» и ОАО «Управляющая компания холдинга «Горизонт».

4. Парк высоких технологий. С 2015 году резиденты Парка высоких технологий активно вовлечены в сотрудничество с белорусскими научными и образовательными институтами;

5. Научно-технологическая ассоциация «Инфопарк», созданная в 2001 году. Представляет собой некоммерческое объединение ИТ-компаний. В 2017 году насчитывала 60 участников;

6. Кластеры на базе Национальной академии наук Республики Беларусь. Одним из приоритетных направлений развития Национальной академии наук является коммерциализация научных исследований, а также формирование собственных кластеров с предприятиями. Пример: Республиканский научно-практический биотехнологический кластер, объединивший Институт микробиологии, Институт генетики и цитологии, Институт мясо-молочной промышленности, ОАО «Бобруйский завод биотехнологий», ООО «Биоком», ООО «Франдеса». Информация о таких кластерах ограничена и не имеет юридической основы [3] .

7. Новополоцкий нефтехимический кластер. Цель создания кластера — содействие развитию научной, производственной, организационной кооперации, внедрение технологических инноваций за счет обеспечения эффективного взаимодействия науки, бизнеса и власти. Также — повышение конкурентоспособности региона на национальном и мировом уровнях, трансфер инновационных

разработок по схеме «наука–производство», повышение инвестиционной привлекательности региона и обеспечение высоких темпов экономического роста.

8. В феврале 2019 года в Беларуси был создан первый транспортный кластер ООО «Центр транспортного кластерного развития» в Минском районе. На данном этапе кластер только формируется. Одним из главных направлений кластера является активная работа с государственными органами власти и госструктурами, поскольку многие новые организационные задачи следует решать совместно для реализации национальных стратегий инновационного развития, а также разработки новых законов развития с высокой предпринимательской культурой.

Объединение небольших предприятий способствовало появлению возможности значительно снизить накладные расходы, передав решение второстепенных задач на аутсорсинг. Поскольку ядром транспортного кластера, как правило, является группа перевозчиков, то обслуживающие их компании могут предоставлять свои услуги в одном удобном месте [3] . Это помогает перевозчикам не только конкурировать с крупным бизнесом, но и гарантирует для участников кластера независимость друг от друга, высокую рентабельность, экономическую безопасность, уверенность и доступ к новейшим разработками и ресурсам в своей отрасли.

Список использованных источников

1. Фармацевтический кластер создан в Витебской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://farm-cluster.by/2015/08/31 (дата обращения: 10.10.2019)

2. В Беларуси создан инновационно-промышленный кластер [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://naviny.by/new/20170210/1486729362-v-belarusi-sozdan-innovacionno-promyshlennyy-klaster (дата обращения: 15.10.2019)

3 Шулейко Д.Ч., Совик Л.Е. О развитии кластерных инициатив в Республике Беларусь // Universum: Экономика и юриспруденция : электрон. научн. журн. 2018. № 10(55). URL: http://7universum.com/ru/economy/archive/item/6405 (дата обращения: 29.10.2019).

УДК 330.322.011

Бужимська К.О., к.е.н., доц.,
доцент кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ДЕРЕВООБРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Деревообробна промисловість України – це галузь, яка об'єднує виробництва з механічного та хіміко-механічного оброблення і перероблення деревини. За площею лісів і запасом деревини Україна займає шосте місце серед країн ЄС, тому функціонування деревообробної галузі базується на вітчизняних ресурсах. Тривалий час присутність вітчизняних підприємств на світовому ринку визначалася лише абсолютними природними конкурентними перевагами. Сьогодні істотною проблемою розвитку деревообробних підприємств є низький техніко-технологічний рівень виробництва, для подолання якого необхідно використання сучасних технологій, оскільки тільки за цієї умови можливий випуск конкурентоспроможної, потрібної на ринку продукції.

Низький рівень переробки деревини вітчизняними підприємствами обумовлений двома взаємозалежними причинами – низький попит на їх продукцію та використання застарілих технологій оброблення. Виготовлена на базі цих технологій продукція неконкурентоспроможна, оскільки не відповідає вимогам покупців, які мають вільний доступ до сучасної, більш дешевої та якісної продукції закордонних виробників. В свою чергу, відсутність збуту унеможливлює накопичення фінансових ресурсів для технологічного оновлення виробництва.

Інтенсивне впровадження сучасних технологій обробки деревини дозволить підвищити ефективність лісокористування, змінити пріоритети в структурі виробництва та лісного експорту, змістити акценти на продукцію з більшою часткою доданої вартості. Важливим фактором стимулювання розвитку виробництва готової продукції з деревини є те, що у 2015 році Верховна Рада України ввела мораторій на експорт лісоматеріалів у необробленому вигляді на 10 років.

Сучасні технології деревообробки вимагають більш якісного матеріально-технічного, кадрового, інформаційного та організаційного забезпечення виробничого процесу. При організації високотехнологічного виробництва особлива увага приділяється підбору висококваліфікованого персоналу, компетенції якого відповідали б технології, що впроваджується. На сучасному етапі

можливості кадрового забезпечення модернізації підприємств деревообробної промисловості є недостатніми, передусім внаслідок відтоку кваліфікованої робочої сили за кордон.

Важливим напрямком модернізації підприємств деревообробної промисловості є їх екологізація. Екологічна модернізація виробництва передбачає зміну його техніко-технологічної основи шляхом переходу на ресурсозберігаючі та маловідходні технології. Під ресурсозберігаючою технологією в цьому випадку розуміється такий технологічний процес, який мінімізує обсяги ресурсів, що використовуються, та порушення природних умов, тобто відрізняється від традиційних технологій меншим питомим витрачанням сировини та енергії. Для маловідходних технологій головним є перехід на замкнуті технологічні цикли, що дозволяє отримати мінімум твердих, рідких, газоподібних та теплових відходів та викидів.

Реалізація модернізації деревообробних підприємств України потребує значних інвестиційних ресурсів. За умови обмеженості внутрішніх ресурсів економічного розвитку, залучення іноземних інвестицій відіграє істотну роль у подоланні інвестиційного спаду і може розглядатися як інструмент залучення новітніх технологій та інновацій, сучасних методів менеджменту, маркетингу й організації виробництва.

Альтернативним інструментом фінансування модернізації деревообробних підприємств виступає лізинг. Розвиток лізингової діяльності в Україні розпочався значно пізніше, ніж у міжнародній практиці, через низку перепон економічного, політичного та соціального характеру, хоча останніми роками спостерігається підвищений інтерес до його розвитку.

На нашу думку, стимулюючі механізми еколого-інноваційної модернізації повинні розроблятись за участі держави в частині вироблення еколого-інноваційної стратегії, організаційного та інституційного оформлення національної еколого-інноваційної системи і регіональних модулів, фінансових механізмів підтримки та стимулювання екоінновацій тощо. Державне регулювання еколого-інноваційного розвитку деревооброблення зумовлене недостатністю й обмеженістю впливу ринкових механізмів на появу і поширення екоінновацій. У межах фінансової складової політики державного стимулювання еколого-інноваційного розвитку деревообробних підприємств слід зазначити такі механізми підтримки, як державне фінансування еколого-інноваційних проектів (зокрема, надання субсидій і грантів), стимулювання інститутів венчурного фінансування та податкове стимулювання еколого-інноваційної модернізації.

УДК 338.493:658.589

Бужимський В.В., магістрант, гр. ЕПМ-17, ФБСО
Науковий керівник: Денисюк О.Г., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

СУТНІСТЬ ТА ВИДИ МОДЕРНІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

Модернізація промислових підприємств України відноситься до числа найбільш актуальних і разом з тим масштабних заходів, які стосуються широкого кола юридичних осіб, громадян, органів управління і влади. Вплив модернізації підприємств розповсюджується не тільки на учасників цих заходів, він зачіпає практично всі компоненти соціально-економічного, технологічного та навколишнього природного середовища.

Зміст економічної категорії «модернізація підприємства» розкривається в тісному взаємозв'язку з такими фундаментальними економічними поняттями, як «інновація», «інноваційний процес», «інноваційна діяльність», «інноваційний розвиток». Вона покликана комплексно доповнити існуючі, розкриваючи в своєму визначенні шляхи їх ефективної реалізації на рівні підприємства. Узагальнивши дефініції терміну «модернізація», які подаються в енциклопедіях і словниках, можна визначити модернізацію як удосконалення, покращення, оновлення об'єкту, приведення його у відповідність з новими вимогами і нормами, технічними умовами, показниками якості з врахуванням екологічних чинників.

Визначення модернізації стосовно такого об'єкту як підприємство дається в «Економічній енциклопедії»: «модернізація (фр. moderniser – новітній, сучасний) – процес часткового оновлення, заміни застарілого устаткування (машин, механізмів, обладнання, приладів та ін.), технології виробництва, технічне й технологічне переоснащення промислових і сільськогосподарських підприємств. Модернізація – один з важливіших напрямів підвищення техніко-економічних показників, посилення інтенсивного розвитку, зростання ефективності виробництва. Вона дає змогу привести техніко-економічний рівень виробництва у відповідність із найновітнішими вимогами, які відображають досягнення вітчизняної та світової науки і техніки. Модернізація забезпечує вищий ефект за нижчих витрат, порівняно з новим будівництвом аналогічних підприємств. Кошти, які спрямовуються на модернізацію працюючих підприємств, окуповуються в середньому втричі швидше, ніж у разі будівництва аналогічних виробничих потужностей» [1, с. 468].

На нашу думку, це визначення має певні недоліки та неточності. По-перше, модернізація в наведеному трактуванні ототожнюється з техніко-технологічними покращеннями, але сьогодні важливого значення набуває інноваційна складова, а тому будь-яке технічне й технологічне переоснащення промислових та сільськогосподарських підприємств має відбуватися на інноваційній основі. Ми розглядаємо модернізацію не як заміну застарілого устаткування на нове аналогічне, а як інноваційно-технологічне оновлення, яке здатне вивести підприємство на більш високий рівень конкурентоспроможності.

По-друге, модернізація визначається як процес «часткового оновлення, заміни застарілого устаткування», тому виникає питання визначення розміру «частки оновлення». За даними Державної служби статистики України в 2018 році показник зносу основних засобів підприємств промисловості склав 66%, а коефіцієнт оновлення – 0,034. Виходячи з цього, можна зробити висновок, що модернізація вітчизняних підприємств в напрямку оновлення і заміни застарілого устаткування, тобто технологічна модернізація, практично не відбувається. А враховуючи рівень зносу основних засобів, необхідно забезпечити повне оновлення основних засобів протягом короткострокового періоду. Отже, інноваційно-технологічна модернізація сьогодні – це повна заміна застарілих основних засобів, технологій, матеріалів, методів організації виробництва на нові (інноваційні), що відповідають сучасним світовим стандартам. Зазначимо, що в економічно розвинутих країнах повна амортизація основних засобів, залежно від виду економічної діяльності, відбувається за 3 – 5 років.

По-третє, модернізація трактується виключно як техніко-технологічні покращення, але, з нашої точки зору, хоча технологічна складова модернізаційних процесів є однією з основних, необхідний комплексний підхід до визначення цього терміну. Успішна інноваційно-технологічна модернізація неможлива без модернізації всіх сфер та напрямів діяльності підприємства. Для підвищення конкурентоспроможності підприємства необхідна модернізація інституційної, соціальної, екологічної складових підприємства, сфери корпоративного управління тощо.

По-четверте, у визначенні [1, с. 468] модернізація розглядається як «напрям підвищення техніко-економічних показників, посилення інтенсивного розвитку, зростання ефективності виробництва», тобто це визначається як завдання модернізації підприємства, а мета – «привести техніко-економічний рівень виробництва у відповідність із найновітнішими вимогами, які відображають досягнення вітчизняної та

світової науки і техніки». Таке трактування надає процесу модернізації характеру одноразового комплексу заходів, який має альтернативу. Ми вважаємо, що модернізацію слід розглядати як безперервний процес, мету якого слід визначати на макро- і мікрорівнях. Метою модернізації вітчизняної промисловості загалом (макрорівень), на нашу думку, є формування оптимальної структури територіальної мережі підприємств, які ефективно функціонують, розвиваються і успішно задовольняють основні потреби суспільства в ринкових, перманентно мінливих умовах. Для конкретного підприємства (мікрорівень) метою модернізації є створення внутрішніх (включаючи й адаптацію до зовнішніх) умов для забезпечення його стабільного функціонування і розвитку в гармонійній взаємодії з соціально-економічним, технологічним і природним середовищем.

При визначенні завдань модернізації для конкретного підприємства необхідно враховувати вид економічної діяльності, фінансово-економічний стан, стадію життєвого циклу, на якій перебуває підприємство тощо.

Враховуючи вище викладене, модернізація підприємства – це системний та цілеспрямований процес удосконалення, поліпшення, оновлення на інноваційній основі існуючих об’єктів модернізації, створення нових об’єктів з метою забезпечення посилення конкурентних переваг підприємства в умовах мінливого економічного середовища та розбалансованості внутрішнього середовища.

Список використаної літератури:

1. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 2 / Ред. кол.: ...С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр “Академія”, 2000. – 848 с.

УДК 331.108.26

Бурачек І.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту і підприємництва,
Державний університет «Житомирська політехніка»,

ТАЙМ-МЕНЕДЖМЕНТ ТА ЙОГО ВПРОВАДЖЕННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Раціональне використання часу є результатом наукової організації праці, режиму робочого часу і відпочинку, вміння визначити пріоритетні завдання, поваги до іншої людини в процесі ділового

спілкування. Досягти поставлених завдань можна за допомогою управління часом – тайм-менеджменту.

Тайм-менеджмент в перекладі з англійської означає «управління часом». Часом, зрозуміло, керувати не можна, і реальне завдання тайм-менеджменту – раціональне розподілення та ефективне використання часу дня і тижня, тобто це облік і оперативне планування часу.

Особливе значення ефективний тайм-менеджмент має для керівників, оскільки вони управляють не тільки своїм власним часом, але й робочим часом своїх підлеглих. Менеджер розподіляє цілі й задачі, які він ставить перед людьми, за ознакою «важливість – терміновість» для того, щоб якомога швидше та ефективніше досягати поставленої цілі. Саме він планує загальний час (ресурс, що відводиться на досягнення конкретної мети) і обирає задачі, котрі краще делегувати підлеглим.

Звідси, управління часом (від англ. time management) – сукупність методик оптимальної організації для виконання поточних задач, проектів та календарних подій. На винахід терміну тайм-менеджмент претендує компанія Time Management International. Її засновник, данець Клаус Меллер, в 1970-му році винайшов Time Manager — складно влаштований блокнот-щоденник, який можна вважати прабатьком сучасного органайзера [1, с.45].

Тайм-менеджмент, або управління часом, – це система, спрямована на узгодження своїх дій із часом. Це наука про те, як спланувати чіткий графік роботи на день, тиждень, місяць, рік або все життя. У результаті оптимізації робочий час можна використовувати ефективніше. Тайм-менеджмент стосується не лише організації робочого часу, а й організації робочого місця, спілкування з колегами по роботі й багатьох інших чинників, які можуть вплинути на певний час [4, с.17].

Як вважає Л. Зайверт, тайм-менеджмент як новий напрямок у сучасному менеджменті виник у відповідь на зміни в управлінській ситуації у світі [3]:

- зростання масштабів і динаміка змін у підприємництві та бізнесі вимагають від менеджерів освоєння нових підходів і навичок управління, боротьби з можливістю власного відставання, безперервності саморозвитку;

- наростання невизначеності, тиску і напруженості в різних формах життєдіяльності організацій і пов'язаних з цим стресів вимагають від менеджерів уміння керувати собою;

- перетворення творчого потенціалу працівника в найцінніший капітал організації висуває вимогу збереження і розвитку цього потенціалу, в тому числі і самими працівниками;

- вичерпання можливостей багатьох традиційних шкіл і методів управління ставить менеджерів перед необхідністю освоєння сучасних управлінських прийомів переоцінки свого потенціалу і роботи над його розвитком.

Перевага впровадження інструментів тайм-менеджменту полягає в тому, що їх впровадження дає швидкий ефект, не потребує значних витрат на реалізацію в життя, вони прості і зрозумілі будь-якому співробітникові. Крім того, інструменти тайм-менеджменту сумісні з будь-якими іншими методами менеджменту (бережливе виробництво, електронний документообіг, «6 сигм» та іншими) і значно підвищують їх ефективність.

Впровадження інструментів тайм-менеджменту дозволяє співробітникам підприємств [2]:

- поліпшити процес планування, зменшити кількість проблем (у тому числі системних);
- більше часу приділити роботі з максимальною ефективністю;
- підвищити швидкість вирішення проблем і виключити їх повторну появу;
- значно скоротити час на пошук документів;
- розставити вірні пріоритети в справах;
- підвищити ефективність проведення нарад і використання баз даних;
- підвищити задоволеність споживача і конкурентоспроможність підприємства.

Щоб тайм-менеджмент був ефективним необхідно дотримуватися системи самооцінки особистості, яка базується на чотирьох основних аспектах людської натури: 1) яким чином ми взаємодіємо з оточуючим світом і куди спрямовуємо свою енергію; 2) якого роду інформацію ми сприймаємо насамперед і легше всього; 3) як ми приймаємо рішення; 4) визнаємо ми за краще жити в конкретному, упорядкованому світі (приймаючи рішення), чи у більш вільному, динамічному (вивчаючи можливі варіанти).

Разом з цим, доцільно так використовувати час, щоб забезпечити виконання максимальної кількості завдань, які, у свою чергу, обумовлюють виконання проміжних завдань, що й приведуть до реалізації основної мети. Свої власні плани працівник повинен погоджувати з планами колег і безпосереднього керівника, щоб досягти максимального ефекту. Окрім того, успішне втілення в роботі принципів ефективного використання часу залежить насамперед від самої людини і від її бажання працювати раціонально. Стає очевидним, що для того, щоб шляхом постановки чітких цілей, правильного вибору

пріоритетів і планування свого часу досягти більшої ефективності в роботі, потрібно докласти певні зусилля і витратити певний час. Щоб ефективно управляти робочим часом, необхідно дотримуватись звичайних речей, а саме позбутися робочий стіл від всього непотрібного, дотримуватися порядку, вміти делегувати повноваження, не відкладати справи на потім та враховувати власні біоритми.

Таким чином, здійснення заходів з організації праці і власного життя, безсумнівно, сприятиме широкому використанню досягнень науки, техніки, підвищенню ефективності використання трудових і матеріальних ресурсів, зростанню якості виконаних робіт. Управління власним робочим часом допоможе досягнути, як гармонії в особистому житті, так і покращенню ефективності роботи всього підприємства.

Список використаних джерел

1. Архангельский Г.А. Организация времени. От личной эффективности до развития фирмы. – СПб.: Питер, 2008. – 448 с.

2. Дункан К. Ваш личный тайм-менеджмент [Текст] / К. Дункан. – Мн.: Попурри, 2012. – 224 с.

3. Зайверт Л. Ваш час – у Ваших руках (Поради керівникам, як ефективно використовувати робочий час): Пер. з нім. – М .: Економіка, 1991.

4. Захаренко Г. Тайм-менеджмент / Геннадій Захаренко. – К. : Європ. ун-т, 2004. – 348 с.

УДК 331.5

Бурківська К.Є., аспірантка
кафедри менеджменту та підприємництва
Науковий керівник: Валінкевич Н.В., д.е.н., проф.
кафедри менеджменту та підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ФУНКЦІЇ ТА ЗАВДАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні однією з головних умов інтенсивного зростання економіки регіону та країни в цілому виступає розвиток, збереження, та ефективне використання трудового потенціалу, що можливе лише завдяки досконалому управлінню трудовим потенціалом..

Оскільки управління трудовим потенціалом підприємства це безпосередній вплив на працівників підприємства шляхом мотивації

для ефективної діяльності, з метою досягнення поставлених цілей, полягає необхідність розглянути функції управління. Як будь-який процес управління, управління трудовим потенціалом також має включати традиційні функції управління запропоновані Анрі Файолем, до яких він відносив:

– передбачення (прогнозування);
– планування;
– організацію;
– розпорядження;
– координацію і контроль [4].

Наведені функції є важливим, оскільки процес управління без них просто не можливий, оскільки ці функції взаємопов'язані між собою. Завдання функції передбачення (прогнозування) полягає в передбаченні майбутнього розвитку підприємства та визначенні шляхів досягнення та строків реалізації базуючись на отриманому досвіді та науковому підґрунті. Планування передбачає визначення цілей діяльності підприємства, методі та шляхів їх досягнення. Функція «організація» має на меті розподіл завдань між виконавцями. Розпорядження – це використання певний прийомів та важелів впливу для ефективної роботи персоналу. Координація – це забезпечення злагодженості та безперервності в діях працівників підприємства для досягнення поставленої мети. Контроль – це система перевірки діяльності персоналу підприємства у відповідності до існуючих планів, розпоряджень та правил.

Сьогодні в управлінні підприємством використовують такі функції: планування, організація, контроль, мотивація.

Мотивація передбачає стимулювання працівників до ефективної праці за допомогою комплексу мотиваційних заходів (премії, похвали, бонуси, кар'єрне зростання тощо).

Відповідно до тематики дослідження необхідно розглянути безпосередні функції системи управління трудовим потенціалом.

До функцій системи управління трудовим потенціалом відносять:

1. Планування трудового потенціалу (передбачає прогнозування кількісної та якісної потреби в кадрах).
2. Відбір та найм кадрів (передбачає якісне укомплектування підприємства високоефективними та освіченими кадрами).
3. Адаптація персоналу (створення умов для швидкого пристосування до колективу та умов діяльності підприємства).
4. Підготовка, перепідготовка та підвищення кваліфікації (розвиває та примножує трудові можливості персоналу, підлаштовуючи кадровий склад під потреби виробництва).

5. Ротація, планування кар'єри та можливості професійного зростання (один із інструментів мотивації, який дозволяє підвищити результати трудової діяльності, самовдосконалюватися та постійно розвиватися).

6. Соціальний захист (гарантує соціальну та економічну безпеку підприємства).

7. Техніка безпеки та охорона здоров'я (передбачає дотримання та створення умов праці передбачених чинним законодавством).

8. Відносини між керівником та підлеглими (передбачає взаєморозуміння і довіру керівника та підлеглого)

9. Технології управління персоналом (використання сучасних методів управління дозволить підвищити продуктивність праці працівників)

10. Витрати на персонал (Інвестування в персонал підприємства дає змогу розширювати його можливості різними способами).

11. Мотивація трудової діяльності (дозволяє досягти високої результативності праці та трудової активності).

12. Централізація управління (визначає ступінь підпорядкованості всіх членів трудового колективу вищому керівництву).

13. Формалізація управління (визначає ступінь значимості формальних правил, директив, розпоряджень тощо на підприємстві) [1].

Також доцільно розглянути функції управління трудовим потенціалом працівників підприємства:

1. Виробнича (трудовий потенціал працівника стає основою якості його трудової діяльності, з одного боку, і сприяє задоволенню його потреб поза підприємством – з іншого).

2. Стабілізуюча (забезпечує соціально прийнятну продуктивність працівника за певного ступеню задоволеності процесом і результатом діяльності і відображає сьогоднішній рівень розвитку виробництва).

3. Перетворююча (функція спрямована на переробку інформації, відображає й обумовлює динаміку розвитку персоналу на підприємстві).

4. Комунікативна (реалізується в ході знайомства з підприємством і підтримується протягом всієї виробничої діяльності).

5. Стратифікуюча (допомагає зрозуміти чи відповідають працівники займаним посадам).

6. Трансляційна **(**передбачає використання накопичених знань, вмінь та навичок сьогодні, в майбутньому та подальше накопичення досвіду).

7. Систематизуюча (забезпечує об'єднання й узгодження всього набору компонентів та елементів трудового потенціалу в єдину

систему) [3].

Що стосується завдань, то вітчизняний науковець Е.І. Цибульська до головних завдань системи управління трудовим потенціалом підприємства відносять:

– забезпечення організації кваліфікованими кадрами;

– створення необхідних умов для ефективного використання знань, навичок і досвіду працівників;

– удосконалення системи оплати праці й мотивації;

– підвищення задоволеності працею всіх категорій персоналу;

– надання працівникам можливостей для розвитку, професійного зростання; стимулювання творчої активності;

– формування й збереження сприятливого психологічного клімату;

– удосконалення методів оцінки персоналу;

– управління внутрішніми переміщеннями й кар'єрою працівника;

– участь у розробці організаційної стратегії (у майбутньому передбачається трансформація корпоративної стратегії в стратегію управління людськими ресурсами) [5].

Дещо інші завдання але так само важливі визначають вчені Ткаченко А.М. та Силенко С.А.:

– укомплектування штату підприємства відповідно до стратегії розвитку в довго- та короткостроковій перспективі, а також відповідно до виробничих завдань, включаючи прогнозовані фінансові показники;

– налагодження системи підготовки керівного складу;

– прийняття адекватних заходів щодо менеджерів, які не справляються з поставленими завданнями;

– орієнтування відділу управління персоналом на досягнення конкретних виробничих результатів [2].

Отже, функції управління трудовим потенціалом є специфічними і стосуються в більшості саме персоналу підприємства, за допомогою цих функцій на підприємствах будується ефективна система управління трудовим потенціалом, використання якої призводить до ефективної діяльності працівників, що сприяє досягненню поставлених цілей. Що стосується завдань системи управління трудовим потенціалом полягає в пошуку й забезпечені підприємства висококваліфікованими кадрами, передбачають створення всіх необхідних умов для розвитку працівників та самовдосконалення, сприяють стимулюванню працівників до ефективної роботи, створенню комфортних умов праці, які відповідатимуть всім вимогам та нормам. Тобто виконання комплексу всіх завдань сприятиме не лише розвитку трудового потенціалу працівників підприємства, а досягненню поставлених цілей та планів у діяльності та управлінні підприємством.

Список літератури

1. Зубрицька Я.О. Оцінка системи управління трудовим потенціалом підприємства / Я.О. Зубрицька // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. – 2015. – № 1. – С. 172-182
2. Ткаченко А.М. Інноваційні підходи до управління трудовим потенціалом суб'єкта господарювання – основа формування антикризового менеджменту / А.М. Ткаченко, С.А. Силенко // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : збірник наукових праць : у 2-х вип. / ПДТУ. – Маріуполь, 2015. – Вип. 1, Т. 1. – С. 53–59.
3. Харун О.А. Функції управління трудовим потенціалом промислового підприємства / О.А. Харун // Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер.: Економічні науки. – 2016. – Вип. 19(2). – С. 102-105.
4. Хміль Ф. І. Менеджмент: підручник. Ф.І. Хміль. – К.: Вища шк.., 1995. – 351с
5. Цибульська Е. І. Управління потенціалом підприємства / Е. І. Цибульська. – Х.: НУА, 2011. – 311 с.

УДК 332

Бурхонов И.Б.
Махамадиева Х.Дж.
Таджикский государственный университет права, бизнеса и политики

МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЦЕНКИ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИМ РАЗВИТИЕМ РЕГИОНА

Органы государственной власти являются управляющими субъектами, которые занимаются государственно - управленческой деятельностью. Система государственного управления охватывает несколько подсистем, работа которых направлена на реализацию функций и принципов государственно - властного воздействия на социально-экономическую систему общества. Управленческое воздействие государства выражается обычно в нормативно-правовых и административно-экономических формах:

- государственный аппарат и его организационные структуры;

- институты государственной бюрократии, иерархий управленческой структуры;
- системы государственных функций, которые реализуются в процессе государственного управления;
- системы или совокупность используемых методов, инструментов и ресурсов управления.

В управленческом процессе органов государственного управления выполняется комплекс действий, которые обусловливают достижение ожидаемых целей и динамику управленческих результатов, реализуются в жизнь принятые государственные стратегии, программы, социально-экономическая политика и т.д. В структуру института органов государственного управления входят национальные и региональные органы государственного управления. Структура национальных органов государственного управления включает в себя: министерства, государственные службы, агентства и комитеты, руководство деятельностью которых осуществляет Президент Республики Таджикистан и Правительство Республики Таджикистан.

Состав органов государственного управления состоит из регионального уровня государственной власти: администрации местных органов государственной власти; отраслевые органы и т.д. Каждый из этих уровней отличается разнообразием деятельности в зависимости от социально-экономических, географических и исторических особенностей.

В современных условиях более актуальными становятся вопросы повышения эффективности системы государственного управления. В Послании Президента Республики Таджикистан, Лидера нации Эмомали Рахмона неоднократно подчеркивалось, что правительство страны стремится «создать достойные условия жизни для каждого жителя страны, и все планы и программы нацелены и реализуются именно ради достижения этой высокой цели»[1].

Дальнейшее повышение уровня жизни населения республики зависит от уровня реализации комплекса мер по повышению эффективности системы государственного управления и деятельности органов государственной власти. Вопросы повышения эффективности системы государственного управления, прежде всего определяются методическими аспектами анализа и оценки управленческой деятельности органов государственной власти. В научной литературе вопросам оценки уровня эффективности и результатов управленческой деятельности органов государственной власти пока еще уделено недостаточно внимания, это одна из наименее исследованных областей. Сложность заключается и в оценке практической деятельности органов

государственной власти, установлении количественных и качественных индикаторов результата управленческой деятельности.

Проведение оценки эффективности государственного управления имеет очень важную практическую ценность. Именно индикатор управленческой деятельности органов государственного управления позволяет оценить правильность выбранной цели и направления деятельности органов власти и их результативность. Сложность проведения оценки эффективности управленческой деятельности органов государственного управления заключается в том, что они не производят непосредственно материальной продукции, по которой легко провести объективную оценку уровня удовлетворённости потребителя, или любого другого эффекта или результата, которой можно зафиксировать, количественно измерить.

Критерий оценки государственного управления представляет собой мерило или индикатор, который описывает улучшение состояния объекта управления. В зависимости от объекта оценивания различаются и критерии оценки (табл.1).

Рассмотренные в таблице 1. критерии эффективности управленческой деятельности органов государственной власти являются общими, в том смысле, что их можно использовать при оценке решений, которые относятся к деятельности субъекта управления в любой сфере деятельности. Вместе с тем эти критерии вполне можно использовать при анализе управленческих решений на различных уровнях органов государственной власти. Перечисленные критерии являются основополагающими при установлении ряда частных критериев и подходов.

В экономической литературе существует ряд подходов, согласно которым выделяются два критерия эффективности управленческий деятельности государственных органов это техническая эффективность, которая определяет уровень достижения целей деятельности с учетом «общественных целей»; и экономическая эффективность - как отношение объемов предоставленных услуг в денежном выражении к стоимости объёмов затраченных ресурсов для производства и предоставления услуг.

Следовательно, эффективность государственного управления представляет собой многомерную совокупность, которая состоит из огромного числа самостоятельных и, в то же время, тесно взаимосвязанных и взаимозависящих друг от друга процессов и явлений. Социально-экономическая система общества выступает основным объектом системы государственного управления. Для общей оценки эффективности функционирования национальной экономики

используется система макроэкономических показателей (ВВП, ВНП и НД) и их производство на душу населения, структура экономики страны и его регионов, уровень и качество жизни населения и ряд показателей экономической эффективности.

Таблица 1

Основные критерии эффективности государственного управления

Вид критерия	**Объекты оценивания**	**Признаки эффективности**	**Критерии оценки**
Ценностно-рацио-нальный	Социальная и экономическая политика государства, государственные стратегические документы ,	Степень реализации или выполнения функций государственного управления, уровень управленческих решений правительства, демократизм;	Соответствие результатов решений органов государственной власти интересам общества.
Целерациональный	Государственные программы, методы управления, организационные структуры госаппарата, правовое и информационное обеспечение процессов управления, способы сочетания интересов общества и государства и т.д.	Реальность и полнота выполнения проставленных цели и задач органов госуправления, легитимность, демократизм, система стимулирования участия населения в управленческих процессах, общественная стоимость выбора, рациональное использование ресурсов производства , инновационные управленческие решения и т.д.	Соответствие управленческих решений функциональным целям и задачам органов государственной власти, уровень доверия населения, достижение оптимальных результатов в объектах системы государственного управления и воздействия и т.д.;
Прагмати-ческий	Результаты и последствия изменений объектов государственного управления	Социально-значимые полезности, социально-экономическая выгода, рациональное использование ресурсов, созидательность творческих методов управления.	Получение эффекта или результатов при минимальных расходов средств оценка по модели “затраты-выгода”.

Составлено авторами на основе: О Игнатов В., Понеделков А. Эффективность государственной службы //Государственная служба: теория и организация, 2007, № 6. -56с.

Среди группы макроэкономических показателей можно выделить

такие показатели как:

Первую группу составляют -объем ВВП и НД и их производство на душу населения. Вторая группа включает -отраслевую структуру экономики страны, долю каждой отрасли в производстве ВВП или ВРП. В системе этих показателей важное значение имеют те отрасли, которые определяют уровень инновационного развития приоритетных отраслей промышленности, которые определяют устойчивое долгосрочное развитие национальной экономики. Третью группу составляют показатели, отражающие уровень и качество жизни населения - ВВП на одного человека, структуру потребления ВВП, и в первую очередь структуру расходов ВВП на конечное потребление, которые отражают уровень потребительских расходов населения. Для оценки уровня жизни, как конечные показатели, отражающие уровень и качество управленческой деятельности органов государственной власти всех уровней используются индикаторы потребительской корзины, прожиточный минимум, продолжительность жизни населения, уровень потребления продуктов питание на душу населения в калориях, уровень доступности к образовательным услугам и услугам здравоохранения и т.д.

В действительности в связи переходом республики на новый этап развития данная проблема является чрезвычайно важной фактически на любом уровне государственной власти. Перед системой государственного управления Республики Таджикистан в качестве одной из наиболее актуальных поставлена задача усиления действенности институтов государственной власти при реализации Национальной стратегии развития в период до 2030г. В 2015 году было достигнуто позитивное социально - экономическое развитие: объем ВВП составил более 48 млрд. сом., причем ВВП на душу населения увеличился на 3,8%; темп роста ВВП составил 6%; уровень инфляции - 5%; уровень бедности снизился до 31%; сумма вкладов в течение года увеличилась на 9 млрд.сом. (на 35%). Реализована Стратегия повышения уровня благосостояния народа Таджикистана на 2013-2015 годы, на которую было направлено более 18 млрд.сом, кроме того, из государственного бюджета было направлено более 12 млрд.сом., так что в целом её финансирование составило 30 млрд. сом. Эти показатели способствовали продолжению тенденции к улучшению демографической ситуации и состояния здоровья населения: средняя продолжительность жизни населения республики достигла 73,5 года, по сравнению с прежними годами существенно снизилась материнская и детская смертность. В результате реализации программных документов государства, наблюдается тенденция повышения уровня и качества жизни населения республики, и идет процесс превращения страны с

минимальными доходами в страну со средними доходами. Если в среднем темпы годового экономического роста сохранятся на уровне 7-9%, тогда ВВП страны к 2020 году увеличится более чем на 80%. Численность населения республики, постепенно увеличиваясь, достигнет 10 млн. человек.[3]

Необходимо отметить, что в настоящее время информационное обеспечение государственного управления развивается под воздействием таких факторов как:

- формирование единого мирового информационного пространства и углубление процессов информационной интеграции, повышение уровня доступности, распространения и использования информации, ее реальное обеспечение техническими средствами;
- возрастание роли информационных ресурсов и информационно-коммуникационных технологий в системе общественного производства;
- формирование и развитие в экономике новых технологических укладов, которые базируются на массовом использовании информационных технологий, производстве информации в объемах, необходимых и достаточных для обеспечения жизнедеятельности и развития общественного воспроизводства;
- формирование экономики знаний, возрастание роли и значения человеческого капитала за счет расширения возможностей системы информационного обмена на международном, национальном и региональном уровнях;
- усиление значимости проблем обеспечения информационного безопасности личности, общества и государства.

Таким образом, информационная функция выступает важным направлением деятельности государства по развитию информационного сектора экономики республики. Она охватывает всю совокупность производств и отношений, связанных с созданием, хранением, обработкой, передачей информационных ресурсов.

Литература:

1. Послание Лидера нации Президента Республики Таджикистана Эмомали Рахмона Маджлиси Оли Республики Таджикистан от 20.01.2015г. //http://president.tj/ru/node/10587
2. Послание Лидера нации, Президента Таджикистана уважаемого Эмомали Рахмона Маджлиси Оли Республики Таджикистан от 26.05.13г. // http: prezident.tj
3. Государственное управление: основы теории и организации. / Под ред. Козбаненко В.А. - М., 2000. - С.334-335.

УДК 339.9

Бутенко Д.С., к.е.н., доцент
Харківський національній економічний університет ім. С. Кузнеця

ПОЗИЦІЯ УКРАЇНИ У МІЖНАРОДНИХ ЕКОНОМІЧНИХ РЕЙТИНГАХ

Обрання вектору розвитку вітчизняної економіки залежить від місця країни в міжнародних глобальних рейтингах. Бо саме міжнародні економічні рейтинги показують стан та динаміку конкурентоспроможності, інвестиційної привабливості, економічної свободи, легкості ведення бізнесу тощо.

Посилення впливу процесів глобалізації на економіку свідчать про необхідність постійно стежити за динамікою країни в основних міжнародних рейтингах. Які являють собою індикатори економічного розвитку, тобто відображають сукупне значення показників, що характеризують то чи інше економічне явище або процес.

Як правило до таких індикаторів відносять [10]: індекс глобальної конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index), індекс глобалізації (KOF Index of Globalization), індекс легкості ведення бізнесу (Ease of doing businessIndex), індекс економічної свободи (Index of Economic Freedom), індекс сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index, CPI), індекс розвитку людського потенціалу (Human Development Index, HDI), індекс свободи преси (Press Freedom Index, PFI).

Таблиця

Позиція України у міжнародних рейтингах
(складено автором за даними [2-9])

Назва індексу	Місце України в рейтингах				
	2014	2015	2016	2017	2018
Глобальної конкурентоспроможності	76	79	85	81	83
Глобалізації	44	42	41	45	49
Легкості ведення бізнесу	112	96	83	80	76
Економічної свободи	155	162	162	166	150
Сприйняття корупції	142	130	131	130	120
Розвитку людського потенціалу	81	84	84	88	88
Свободи преси	127	129	107	102	101

Для інтерпретації результатів необхідно розглянути зміст, алгоритм розрахунку та значення кожного індексу.

З 2004 р. за методикою професора Колумбійського університету Ксав'є Сала-і-Мартіна розраховується Індекс глобальної конкурентоспроможності. В основу рейтингу GCI покладено систему індикаторів, які враховують 12 показників, зокрема, макроекономічну стабільність, споживчий ринок, ринок праці, фінансову систему, внутрішній ринок, якість інститутів, інфраструктуру, рівень сучасних комунікацій, систему охорони здоров'я, освіту, динаміку розвитку бізнесу та здатність до інновацій.[1]

Згідно до значення індексу глобальної конкурентоспроможності Україна за останні п’ять років втратила 7 позицій у рейтингу. І хоча це є безумовно негативним явищем, слід відзначити, що за період з 2014-2018 рр. методика оцінювання індексу змінювалась, а саме було змінено склад показник.

Якщо, розглянути причини втрати позиції України у рейтингу глобальної конкурентоспроможності, необхідно зазначити, що зниження відбулося за рахунок погіршення показників макроекономічної стабільності.

Індекс рівня глобалізації країн світу створений у 2002 році при Швейцарський економічному інституті при участь Федерального швейцарських технологічного інституту. Індекс позиціонується як комбінований показник, Який дозволяє оцінити масштаб інтеграції той чи іншої країни в світовий простір і виконати порівняння різних країн за його компонентами.[8]

Методика індексу рівня глобалізації країн світу враховує показники, які характеризують економіку, політику та соціальну глобалізацію. Економічна глобалізація характеризується потоками товарів, капіталу і послуг, а також ринковим обміном. Політична глобалізація, що характеризується поширенням державної політики. Соціальна глобалізація, виражена як поширення ідей, інформації, людей. [9].

Згідно приведених даних в таблиці, можна простежити коливання індексу глобалізації за останні роки, так, найкраще значення спостерігається у 2016 році, а саме 41 місце у рейтингу. Проте у 2017-2018 роках Україна поступово втрачає позиції.

Світовим банком опубліковано глобальне дослідження Doing Business та супроводжуючий його рейтинг щодо створених у 190 країнах світу умов для ведення бізнесу. [2]

Дослідження оцінює регуляторний клімат в країні, або як впроваджуються в країна зміни для покращення умов підприємницької діяльності.

В основу рейтингу Doing Business покладено систему індикаторів, які враховують 10 показників: реєстрації підприємства; отримання дозволу на будівництво; підключення до систем енергозабезпечення; реєстрації власності; отримання кредиту; захисту прав міноритарних інвесторів; оподаткування; міжнародної торгівлі; забезпечення виконання контрактів; вирішення проблем неплатоспроможності. Даний показник з кожним роком набуває популярності серед вчених та практиків в підприємництві, тому що він характеризує місце країни (серед 190 країн) з точки зору легкості ведення бізнесу, тобто умов для його створення. Проте він не враховує оцінку якості інфраструктури, кваліфікацію працівників, рівень корупції, макроекономічну політики, коливання валютних курсів. [2]

Слід відзначити, що за період 2014-2018 рр. Україна зробила великі кроки для підвищення своєї позиції у рейтингу. Так, в 2018 р. у порівнянні з 2014 р. вона піднялася на 36 сходинок у рейтингу. Це можна пояснити спрощенням процесу отримання дозволу та будівництво та умов отримання кредитів.

Індекс економічної свободи – це узагальнюючий показник, методологія оцінки якого враховує 12 показників. Які охоплюють такі сфери, як верховенство права; обмеження уряду ; регуляторна ефективність; відкритість ринків. [6]

За рівнем економічної свободи Україна посіла 150 місце в рейтингу, і хоча, динаміка є позитивної (в 2016 р. мала 166 місце), результат залишається дуже низький.

Індекс сприйняття корупції – це узагальнюючий індикатор, який розраховуєтеся за даними отриманих від експертів. В 2018 р. оцінювання проводили за даними 180 країн. [7] І хоча Україна посідає лише 120 місце, динаміка є позитивною. А саме за період 2014-2018 рр. підйом на 22 сходинки, це безумовно свідчить про позитивні реформи в державному секторі та активізацію боротьби з корупцією в країні.

Індекс розвитку людського потенціалу – це комбінований показник, який характеризує рівень розвитку людського потенціалу та враховує наступні індекси: індекс тривалості життя, індекс освіти, індекс валового національного доходу на душу населення. [3]

За даним показником Україна втратила за 2014-2018 рр. 6 позицій у рейтингу за значенням індексу, що є безумовно негативним моментом, це можна пояснити низкою причин, перш за все, зниженням якості життя населення.

Індекс свободи преси – оцінює ступінь свободи журналістів та інформаційних організацій. Методологія оцінки враховує 43 показника, що характеризують рівень свободи засобів масової інформації, а також

зусилля влади поважати і забезпечувати повагу до цієї свободи. [5]

Україна має позитивну динаміку в цьому рейтингу, так, наприклад, вона зайняла 101 місце у 2018 р., що на 26 сходинок вище ніж у 2014 р.

Таким чином, можна стверджувати, що позиція України в міжнародних економічних рейтингах поступово покращується, особливо у сфері бізнесу, що є безумовно позитивним моментом для вітчизняної економіки. Проте особових зусиль вимагає напрям економічної свободи, роботі по боротьбі з корупцією та захист свободи преси. Всі виокремлені напрями потребують розробки практичних рекомендацій та проведення ефективних реформ.

Список літератури

1. Окара Д.В. Дослідження розвитку українина підставі індексу глобальної конкурентоспроможності / Д.В. Окара, В.Г. Чернишев, Л.В. Шинкаренко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2018. – №22. – С.84-90

2. Офіційний сайт Doing Business. – Режим доступу : https://www.doingbusiness.org/

3. Офіційний сайт Human Development Reports. – Режим доступу : http://hdr.undp.org

4. Офіційний сайт KOF Swiss Economic Institute. – Режим доступу : https://kof.ethz.ch/

5. Офіційний сайт Reporters Without Borders. – Режим доступу : https://rsf.org

6. Офіційний сайт The Heritage Foundation. – Режим доступу : https://www.heritage.org

7. Офіційний сайт Transparency International. – Режим доступу : https://www.transparency.org

8. Офіційний сайт World Economic Forum. – Режим доступу : https://www.weforum.org/

9. Стучинська Н. П. Рівень глобалізації: кількісне обґрунтування якісних трансформацій / Н. П. Стучинська // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – №3. – С. 100-105

10. Чернова О.В. Місце України у глобальних економічних рейтингах / К.В. Сушко, О.В.Чернова // Економіка і суспільство. – 2017. – № 9. – С. 110-114

УДК 330.356

Бухаріна Л.М., д.е.н., доц., завідувач кафедри підприємництва, менеджменту організацій і логістики
Титарчук Д.І., асистент, аспірант кафедри підприємництва, менеджменту організацій і логістики
Запорізького національного університету

ВПЛИВ ДІЇ ЧИННИКІВ НА ДОЦІЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ ЕНЕРГОЗБЕРІГАЮЧИХ ЗАХОДІВ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Ефективність менеджменту енергозбереження промислового підприємства характеризується динамікою відповідних показників. І для того, щоб його оцінити, необхідно, насамперед, визначити чинники, що будуть впливати на зміну споживання енергетичних ресурсів на підприємстві.

Під чинником ефективного менеджменту енергозбереження розуміються дії, які є причиною зміни стану основних елементів виробництва і, як наслідок, позитивних або негативних змін показників енергоспоживання.

Під час оцінювання впливу певних чинників на доцільність та ефективність запровадження на промислових підприємствах енергозберігаючих заходів потрібно враховувати низку передумов (табл. 1).

Таблиця 1

Передумови оцінки впливу чинників на доцільність впровадження енергозберігаючих заходів [1, с. 88]

Передумова	Характеристика
Наявність у галузі підприємств з різним рівнем технічної оснащеності	наявність у цій галузі підприємств з різним рівнем технічної оснащеності, що закономірно призводить до різних значень показників собівартості та питомої капіталомісткості аналогічної продукції за різними підприємствами. За таких умов необхідно володіти інформацією про матрицю питомих витрат ресурсів на виробництво одиниці продукції за усіма видами цих ресурсів та усіма підприємствами галузі.
Наявність у галузі достатньо конкурентного ринку	У випадку, якщо ця умова не виконується (наприклад, існує лише один виробник-монополіст), то дія чинників, які сприяють запровадженню ресурсоощадних технологій, може бути істотно загальмованою.
Наявність у галузі	У випадку високого рівня конкуренції на ринку, найбільш

механізмів швидкого встановлення рівноважної ціни на продукцію	адекватним методом ціноутворення на продукцію є метод замикаючих питомих приведених витрат, тобто ціна одиниці продукції приймається на рівні питомих приведених витрат (ППВ) у того виробника продукції, для якого вони є найменшими

Аналіз дії певного чинника, який зумовлює швидкість та масштаби впровадження енергозберігаючих заходів на промислових підприємствах, повинен містити такі основні етапи (рис. 1) [2, с. 208]:

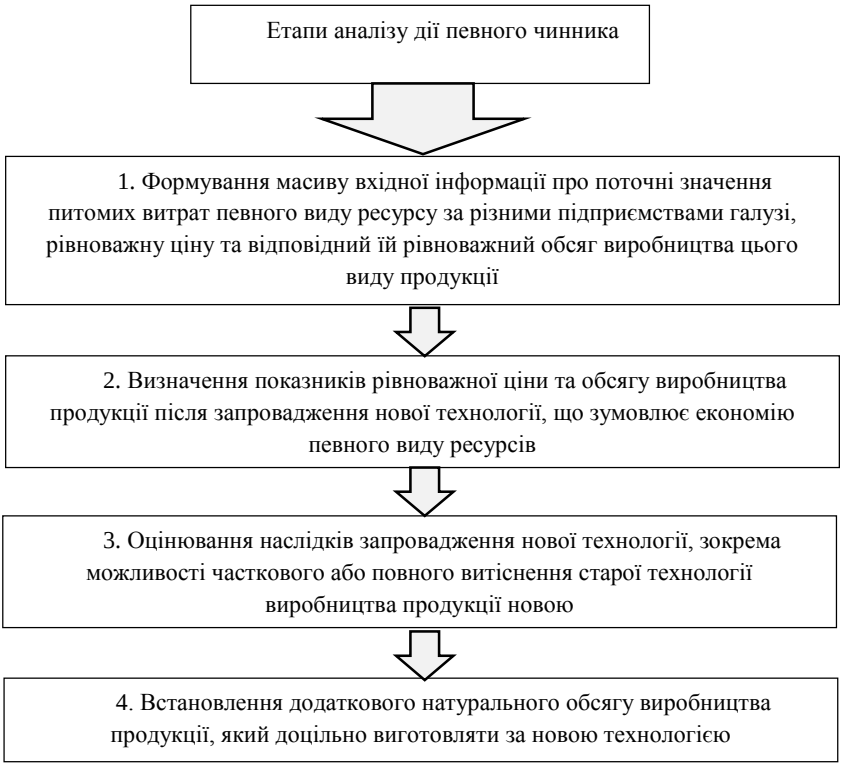


Рис. 1. Етапи аналізу дії певного чинника

Всі чинники, що визначають рівень розвитку менеджменту енергозбереження поділяються на зовнішні і внутрішні по відношенню до підприємства (табл. 2).

Одним із найбільш значних і таких, що прямо впливають на обсяг споживання енергії, є такий внутрішній чинник, як зміна обсягу виробництва окремих видів продукції.

Таблиця 2

Класифікація чинників ефективного менеджменту енергозбереження [3, с. 249]

Внутрішні чинники ефективного менеджменту енергозбереження		
Підвищення технічного рівня виробництва підприємства	Підвищення економічного рівня виробництва підприємства	Удосконалення організації виробництва і праці
– впровадження нової енергозберігаючої техніки; – впровадження нових енергозберігаючих технологій; удосконалення діючої техніки і технологій; – поліпшення якості енергоресурсів, вибір параметрів енергоносіїв;	– оптимізація структури споживання енергоресурсів; – оптимальний розподіл енергетичних навантажень; – використання вторинних енергетичних ресурсів; – удосконалення нормування, обліку і контролю за витратами енергії; – удосконалення системи економічного стимулювання раціонального використання енергії	– поліпшення організації й структури виробництва; – максимальне завантаження енергоспоживаючого устаткування; – зміна обсягу виробництва окремих видів продукції; – скорочення витрат від браку;
Зовнішні чинники ефективного менеджменту енергозбереження		
– удосконалення законодавчого регулювання споживання енергії; – посилення впливу органів Держнагляду за споживанням енергії; – посилення ринкового впливу; – посилення соціального і екологічного значення економії енергії; – безперебійність енергопостачання		

При збільшенні виробництва менш енергоємної продукції величина основного показника споживання енергії – енергоємності – зменшиться, а при значних структурних змінах може зменшитися і кількість споживаних енергетичних ресурсів. Наступним внутрішнім чинником, що здійснює значний вплив на обсяг споживання енергії є структура споживаних енергоносіїв. Тут найбільш важливе значення має їх ефективність, що залежить, насамперед, від якості енергії. При поліпшенні якості енергоресурсів зменшується кількість відходів і, відповідно, зменшується загальне їх споживання. Величезне значення має і підвищення рівня використання вторинних енергетичних ресурсів. Великого впливу на обсяг споживання енергетичних ресурсів надає має і технічний рівень виробництва, що обумовлюється цілим комплексом

складових. Сюди, насамперед, потрібно віднести наявність досконалих енергозберігаючих технологій і сучасного устаткування [4, с. 126].

Існує також група зовнішніх чинників. До зовнішніх відносяться чинники, що не залежать від діяльності розглянутого підприємства. Вони розділяються в залежності від рівня управління промисловістю і характеру впливу на обсяг споживання енергії.

Всі фактори і зовнішні, і внутрішні тим або іншим способом впливають на ефективність менеджменту енергозбереження. У залежності від характеру цього впливу їх можна розділити на дві групи: екстенсивні й інтенсивні. Інтенсивний і екстенсивний шляхи підвищення ефективності енергоспоживання утворюються системою внутрішніх і зовнішніх, стосовно підприємства, комплексних і часткових факторів. Особливої уваги потребує група інтенсивних факторів. Вони виникають та формуються, зокрема, в результаті дій, пов'язаних з застосуванням якісно нових, більш досконалих способів використання енергії.

Список літератури:

1. Іскаков А.А. Енергоефективність національної економіки в контексті її еколого-економічної безпеки / А. А. Іскаков, І. М. Кобушко // Механізм регулювання економіки. – 2016. – № 3. – С. 88-96.

2. Співак, Я. О. Енергозбереження як фактор економічного зростання України / Я. О. Співак // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2015. – № 10. – С. 208-210.

3. Маценко О. М. Економічні засади організації менеджменту з енергозбереження підприємств / О. М. Маценко, Д. М. Овчаренко // Економічний простір: збірник наукових праць. – 2014. – № 85. – С. 246–255.

4. Лір В. Е. Економічний механізм реалізації політики енергоефективності в Україні / В. Е. Лір, У. Є. Письменна. – К.: Ін-т екон. та прогнозув. НАН України, 2010. – 208 с.

УДК 330.101

Валінкевич Н.В., д.е.н., професор кафедри менеджменту і підприємництва
Сологуб Є.В., аспірант
Державний університет «Житомирська політехніка»

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯМ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Впровадження енергозберігаючих технологій і нових методів управління є основними факторами підвищення рівня конкурентоспроможності будівельних підприємств у довгостроковому періоді. У контексті переорієнтації енергоефективного розвитку на інноваційну модель виникає потреба у імплементації новітніх теоретико-методологічних підходів до управління енергозбереженням на всьому циклі здійснення виробничо-комерційної діяльності будівельного підприємства.

Національна економіка на сучасному етапі характеризується значною енергомісткістю, що актуалізує реалізацію заходів з енергозбереження на всіх рівнях економічної системи. У 2014 році енергоефективність української економіки не перевищувала 60 % від середнього рівня країн-членів ЄС. Однак скорегована на структуру економіки енергоємність в Україні була в 1,7 раза вищою. Наприклад, за підсумками 2013 року ВВП Німеччини перевищував ВВП України майже у 25 разів, при цьому витрати первинних енергетичних ресурсів були більшими лише у 3,2 раза. Загальне енергоспоживання Польщі становило 96 % від українського, тоді як ВВП цієї країни був більшим у 3,6 раза. Восени 2018 року Мінекономіки оцінило втрати України через низьку енергоефективність у обсязі майже 1,5 млрд дол США щорічно або один транш кредиту МВФ [1]. Як зазначає у своїй статті академік НАН України Б. Данилишин зволікання з ефективним вирішенням проблеми підвищення рівня енергоефективності та енергозбереження призведе до гальмування економічного зростання, зниження конкурентоспроможності промисловості та інвестиційної привабливості країни, підвищення рівня забруднення навколишнього середовища, а також створить додаткові загрози енергетичній безпеці країни [1]. Сьогодні питання охорони навколишнього середовища та раціонального використання традиційних енергоресурсів знаходяться в центрі уваги кожної країни світу, стратегічними завданнями якої є забезпечення економічної, енергетичної та екологічної безпеки. Саме

останнє змусило людство переглянути співвідношення споживання енергії із традиційних не відновлювальних та альтернативних нетрадиційних відновлюваних джерел енергії. Властивість паливно-енергетичних ресурсів вичерпуватися призвело до зростання ціни їх на міжнародній арені та до вагомих соціально-економічних проблем, оскільки потреби людини не скорочуються. Крім того, в результаті спалювання паливно-енергетичних ресурсів відбувається антропогенне навантаження в атмосферу, яке призводить до природних катастроф [2]. За таких умов, виникає потреба у розробці теоретико-методологічних засад управління енергозбереженням на будівельних підприємствах, адже саме в будівництві закладено значний потенціал енергоргоресурсозбереження.

Енергозбереження характеризує кількість заощадженої енергії як різниці між базовим рівнем споживання енергії та тим, що став можливим за рахунок проведення заходів із зростання енергоефективності та стану приведення системи у відповідність до умов зовнішнього середовища [3]. Проаналізувавши представлені визначення поняття енергозбереження пропонуємо наступну інтерпретацію дефініції: «енергозбереження – це система техніко-технологічних, економічних, юридичних, екологічних, інформаційно-аналітичних, інноваційних заходів, що реалізується на засадах цифрової трансформації та енергоефективного контролінгу».

Розвиток інфраструктури енергозбереження залежить не тільки від траєкторії руху до макроекономічної стабілізації, а також від здійснення реформ на рівні регіонів та підприємств. При цьому ключова роль належить системам інформатизації, в яких інфраструктурні функції утворюють синергію з інноваційними. Існуючий досвід показав, що для реалізації державної енергоефективної політики необхідна інституційна структура підтримки енергоефективних проектів, заснована на функціях управління. Узгоджені дії елементів представленої інституційної структури забезпечують відповідність державної політики, яка на кожному етапі реалізується в програмах енергозбереження, інтересам держави (через орган управління), інтересам будівельних підприємств (через громадські організації) і гарантують фінансово-економічне забезпечення державної енергоефективної політики (за рахунок Фонду енергозбереження). Представлений базис системи енергоефективної інфраструктури в будівництві ґрунтується на трьох основних елементах описаних вище і сприяє забезпеченню дієвої державної підтримки цього сектору національної економіки.

Серед стратегічних пріоритетів реформ, які мають здійснюватися на

вітчизняних підприємствах, Ю. В. Кіндзерський виділяє також напрями, які безпосередньо пов'язані з проблемами енергозбереження та енергоефективності [4]: мінімізація зовнішньої вразливості і нестійкості господарської системи країни, які утворилися внаслідок залежності національної економіки, з одного боку, від імпорту енергоресурсів та їх постійного подорожчання, а з іншого – від істотних коливань на світових ринках попиту на вітчизняний монопродуктовий сировинний експорт; забезпечення енергетичної безпеки шляхом модернізації та розширення мережі енергогенеруючих підприємств традиційної та альтернативної енергетики за рахунок виробництва власного енергетичного обладнання, а також упровадження енергозберігаючих технологій виробництва.

Хочемо актуалізувати проблематику реалізації заходів енергозбереження на засадах цифрової трансформації, адже впровадження інформаційних систем управління надає можливість значно знизити енергоємність виробництва, сприяє зростанню конкурентоспроможності та прибутковості. У 1995 р. з'явився термін «цифрова економіка» [5]. Варто зазначити, що ідеї дослідження цифрової економіки відображені в концепціях, які відомі в літературі ще з 1960-х рр. (наукові праці Д. Белла [5] і Е. Тоффлера [6]). У сучасному розумінні «цифрову економіку» можна інтерпретувати як новітній тип економіки, основою якої є інформаційні ресурси у сфері виробництва товарів і послуг.

На сучасному етапі трансформації світового співтовариства до інформаційного суспільства ступінь використання інформаційного простору та інформаційних технологій стає безпосереднім чинником економічного зростання, забезпечення соціально-політичної стабільності, попередження та ліквідації екологічних катастроф. Передумовою для планетарної інтеграції виступає «нова геометрія влади у вигляді мережевої держави» [7]. Основним вектором соціально-економічного прогресу в попередні три століття були енергоємні індустріальні технології, а на початку третього тисячоліття на вістря прогресу вийшли інформаційні та системні макротехнології, що забезпечують мультиплікативний розвиток наукомістких виробничо-інноваційних систем, транснаціональних виробничо-технологічних корпорацій і прискорене формування структури інноваційної економіки. Незважаючи на активне реагування системних економічних механізмів, почастішали глобальні кризи (наприклад, світова фінансова криза 2008-2010рр.), що викликало численні дискусії в середовищі фахівців про причини нестабільності традиційної економічної моделі.

Заснована на відповідних функціях і принципах, мета

енергоефективного контролінгу будівельного підприємства полягає в продукуванні, інтегруванні та аналізі значних потоків різнорідної інформації та формуванні на цій підоснові можливих варіантів вирішення господарських, фінансових та комунікаційних проблем, спрямованих на оцінювання енергетичної ефективності на будівельних підприємствах.

Таким чином, інформація, що надається органам законодавчої і виконавчої влади щодо реалізації програм енергозбереження, забезпечує процес прийняття адекватних стратегічних і тактичних управлінських рішень, і, відповідно, орієнтує на зниження рівня споживання енергоресурсів будівельними підприємствами.

За результатами проведеного дослідження теоретико-методологічних засад управління енергозбереженням виявлено фрагментарність та розрізненість думок вчених до понять енергозбереження та енергоефективність. З урахуванням сучасних концептів цифрової трансформації та енергоефективного контролінгу нами уточнено дефініцію енергозбереження. Представлено базис системи енергоефективної інфраструктури в будівництві, де виокремлено три основні елементи: орган управління і контролю (Мінрегіонбуд, Держенергоефективності), фінансовий орган (Фонд енергоефективності), громадські організації (Всеукраїнська спілка виробників будівельних матеріалів, Академія будівництва України, Конфедерація будівельників), які сприяють забезпеченню дієвої державної підтримки цього сектору національної економіки.

Список літератури

1.Данилишин Б. Шанс для энергоэффективности /Б. Данилишин // Економічна правда. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : - https://www.epravda.com.ua/rus/columns/2019/02/14/645268/

2.Теплонасосна енергетика в екологізації паливно-енергетичного комплексу України: перспективи розвитку та механізми управління: Монографія / Громова О. М., Гетьман О. Л., Маркова Т. Д. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2013. – 194 с.

3. Маляренко В. А. Енергозбереження та енергетичний аудит : навч. посіб. / В. А. Маляренко, І. А. Немировський. – Харків : НТУ «ХПІ», 2010. – 341 с.

4. Киндзерский Ю.В. К основам стратегии и политики развития промышленности / Ю.В. Киндзерский // Экономика Украины. – 2013. – No 4(609). – С. 24–43.

5. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования / Д. Белл. – [изд. 2-ое, испр. и доп.]. – М.

: Academia, 2004. – CLXX, 788 с.
6. Toffler A. The third wave. N.Y.: Bantam Books, 1980. 560 p.
7. Кремень В. Освіта: ціннісні орієнтири мережевого суспільства / В. Кремень // Дзеркало тижня. – 2013.– No 31. – С. 13.

УДК 65.012.32.3.08

Верстова М.О., аспірант
Державний університет «Житомирська політехніка»

РОЛЬ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СТРАТЕГІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Розглядаючи поняття стратегічного управління підприємством багато вчених дають своє визначення, нижче наведено декілька визначень поняття стратегічного управління, наприклад А. Томпсон, А.Дж. Стрікленд розглядають стратегічне управління як процес, за допомогою якого менеджери встановлюють довгострокове спрямування підприємства, розробляють стратегії для досягнення цілей з урахуванням зовнішніх і внутрішніх обставин, і зобов'язуються виконати вибрані плани дій.; О.С. Віхальський – як управління підприємством, що спирається на людський потенціал як на основу підприємства, орієнтує виробничу діяльність на запити споживачів, гнучко реагує і здійснює своєчасні зміни на підприємстві, які відповідають викликові з боку оточення і дозволяють створювати конкурентні переваги, що в сукупності дає змогу підприємству вижити в довготривалій перспективі, досягаючи при цьому своєї цілі, мети.

Стратегічне управління характеризують наступними критеріями: місією, тобто то яким чином підприємство має можливість виживання в довгостроковій перспективі шляхом встановлення динамічного балансу з оточенням, з допомогою цього є можливість ряду проблем; об'єкт концентрації уваги, полягає в погляді назовні, пошук нових можливостей для перемоги в конкурентній боротьбі, відслідковування і адаптація до змін зовнішнього середовища; фактор часу являє собою орієнтацію на довгострокову перспективу; основа побудови системи управління включає в себе людей, інформаційне забезпечення, ринок; підхід до управління персоналом, персонал розглядається, як ключовий елемент підприємства; критерій ефективності управління проявляється в своєчасності реакції підприємства на зміни в зовнішньому середовищі та умови на ринку [1, ст. 37].

Система стратегічного управління дає змогу досягти таких основних

результатів [3, с. 40]:

1. Створити системний потенціал для досягнення цілей підприємства. Цей потенціал складається з фінансових, сировинних і людських ресурсів, що використовує підприємство; виробленої продукції (послуг); сформованого позитивного іміджу підприємства.

2. Сформувати структуру та провести внутрішні зміни на підприємстві, що забезпечують чутливість до змін зовнішнього середовища і відповідну адаптацію.

Принципи стратегічного управління – є теоретичним фундаментом, на базі якого формуються основні його характеристики (властивості), що втілені у загальні правила та положення, регулювальні процеси застосування варіантів стратегічного управління; а також норми поведінки організації в цілому та окремих її членів, якими керуються власники та менеджери у процесі розробки та реалізації стратегічних рішень у конкретних умовах, сформованих у середовищі.

До основних принципів стратегічного управління належать: цілеспрямованість, безперервність; теоретико-методологічна обґрунтованість форм і методів стратегічного управління; системний, комплексний підхід до розробки стратегій та системи стратегічного управління в цілому; наявність необхідної послідовності етапів; циклічність; унікальність систем стратегічного управління конкретними підприємствами; використання невизначеності майбутнього як стратегічних можливостей; гнучка адекватність систем стратегічного управління змін і умов функціонування організацій; результативність та ефективність [4].

Вивчаючи визначення різних вчених можна дійти до загального уявлення про кадровий потенціал, а саме це – наявна сукупність кількісних та якісних характеристик персоналу, які використовуються підприємством для досягнення його цілей.

Під кількісними характеристиками розуміють: чисельність, склад, структуру, вік персоналу.

Під якісними: знання, навички, вміння, здібності, здатність роботи в команді, тобто ті, які важливі безпосередньо в умовах того чи іншого підприємства.

Щоб реалізовувати стратегічне управління на підприємствах обов'язково потрібно звертати увагу на стан кадрового потенціалу, тобто ставлячи мету необхідно знати чи достатній рівень та умінь в наявних працівників задля її досягнення. Наявні знання працівників можуть бути застарілими, що в подальшому не дасть змоги досягти запланованого рівня успіху.

Стратегічне управління є різновидом процесу прийняття

управлінських рішень і передбачає такі стадії при впровадженні, яких необхідно враховувати стан наявного кадрового потенціалу: усвідомлення необхідності прийняття рішення, тобто, інтелектуальну стадію, зважаючи на зміни зовнішнього середовища, зміну позиції на ринку або подальші події, які можуть призвести до цього виникає потреба в прийнятті певних рішень для подальших дій, також оцінка можливостей працівників щодо реалізації прийнятих рішень, якщо рівень знань, вмінь є недостатнім потрібно вживати дії, які покращать ситуацію; діагностику та структуризацію проблеми, на цьому етапі потрібно більш глибше та детальніше вивчити проблему, яка склалась; формування варіантів подальших дій, вивчивши проблему, відбувається так званий мозковий штурм, в якому бере участь персонал, ті варіанти які вони пропонують залежать від рівня їхніх знань, здібностей, тобто чим вищий рівень знань чим більш він сучасніший тим кращими і оригінальнішими будуть пропозиції працівників; наступним етапом є прийняття одного або декількох запропонованих варіантів для реалізації; етап реалізації рішень в першу чергу залежить від професіоналізму працівників, тобто наскільки точно та якісно будуть виконанні заплановані дії щодо впровадження обраних рішень; останній етап контроль за виконанням рішень і оцінку результатів здійснених дій, можна оцінити шляхом порівняння стану підприємства до запровадження нових рішень і відповідно після цього, порівнянням рівню доходів, місця на ринку. В процесі управління підприємством персонал, точніше його знання, склад, структура, навички здібності, мають займати одне з головних місць, адже діяльність будь-якого підприємства базується на людських ресурсах, і якщо стан цих факторів є не достатнім, то не варто очікувати високого рівня доходів, перемоги в конкурентній боротьбі. Потрібно реалізовувати заходи задля поліпшення такого стану, які в подальшому покращать відданість працівників підприємству та відповідно покращення результатів діяльності підприємства [2].

Водночас процес прийняття стратегічного рішення має певні особливості: складність опису об’єктів аналізу; високий рівень невизначеності отримання результатів при реалізації рішень; наявність великої кількості змінних; критерії рішення наперед чітко не визначені й уточнюються керівником під час їх реалізації; велика трудомісткість і тривалість процесу вимагає значних витрат ресурсів і використання висококваліфікованих фахівців [2].

Таким чином, кадровий потенціал відіграє важливу роль в стратегічному управлінні підприємством, адже навіть цей процес також реалізують працівники, залежно від рівня їх знань, умінь залежить

подальший успіх. Розробляючи стратегію управління підприємством, необхідно приділяти увагу стану кадрового потенціалу, його підвищенню, враховуючи зміни в зовнішньому середовищі працівники мають бути готовими до нових розробок, концепцій, удосконалень стратегічного управління підприємством.

Список використаної літератури:

1. Галушка З.І. Комарницький І.Ф. Стратегічний менеджмент. Навч. метод. посіб. – Чернівці: Рута, 2006. – 248 с.

2. Жеребйов Я.І. Стратегія підприємства: конспект лекцій для студ. спец. 0305 «Економіка», напряму підготовки 030504 «Економіка та підприємництво», для спеціальності 6.030504 «Економіка підприємства» (за видами економічної діяльності) / Я.І. Жеребйов. – м. Макіївка 2013 р. – 137 с.

3. Міщенко А.П. Стратегічне управління: навч. посіб. – Київ: Центр навчальної літератури, 2004. – 336 с.

4. Шершньова З. Є. - Підручник. - 2-ге вид., перероб. і доп. - К.: КНЕУ, 2004. - 699 с.

УДК 331.101

Виговський В.Г., к.е.н., доцент кафедри менеджменту і підприємництва
Філенко М.М., магістрант
Державний університет «Житомирська політехніка»

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Забезпечення динамічного розвитку економіки України в сучасних умовах ринкових відносин безпосередньо пов’язане з підвищенням ефективності формування та використання трудового потенціалу суб’єктами господарювання. Це обумовлено переосмисленням вагомості і ролі людського фактора в економічному зростанні та нарощуванні валового внутрішнього продукту як важливої умови макроекономічної стабільності, що є необхідним як для держави в цілому, так і окремих суб’єктів господарювання зокрема.

Досягнення стратегічних конкурентних переваг, підвищення рівня інвестиційної привабливості та ділової репутації кожного підприємства можливе за умови ефективного формування та використання його трудового потенціалу. Актуальність розв’язання окреслених проблем

зростає за умов економічної нестабільності та кризових явищ, оскільки підприємства є основними наповнювачами державного і місцевих бюджетів, виконують важливу соціально-економічну функцію із забезпечення роботою працездатне населення держави.

Дослідженню теоретичних і практичних питань формування та використання трудового потенціалу підприємства досліджували вчені С. Б. Барнгольц, Л. В. Беззубко, О. М. Волкова, Л. Т. Гіляровська, В. В. Ковальов, І. Д. Лазаришина, М. М. Новікова, О. В. Олійник, Б. В. Прикін, К. І. Редченко, Л. Я. Тринька, В. К. Савчук, Г. В. Савицька, І. Д. Фаріон, М. Г. Чумаченко, С. І. Шкарабан, А. Д. Шеремет та ін.

Для наукового обґрунтування визначення сутності, формування та використання трудового потенціалу особливо важливою стає розробка теоретичних положень його дослідження. До певної міри ці питання відображені в науковій літературі. Визначено, що найбільш повно сутність поняття «трудовий потенціал підприємства» відображає комплексний підхід, згідно якого це поняття можна визначити, як динамічну, інтегральну характеристику здібностей та можливостей працівників, як наявних так і перспективних, що визначаються у формі ресурсів та резервів живої праці у сукупності їхньої кількісної та якісної характеристик, що реалізуються в умовах виробничих відносин та забезпечують реалізацію поставлених цілей.

Трудовий потенціал підприємства формується з трудових потенціалів окремих працівників та представляє сукупність їхніх внутрішніх можливостей і засобів реалізації цих можливостей. При цьому до внутрішніх можливостей працівника необхідно віднести рівень його професіоналізму та кваліфікації, працездатність, а до засобів реалізації цих можливостей – умови праці та побуту, рівень доходів, системи мотивації та стимулювання праці, рівень технічного оснащення робочих місць. Фактори, які впливають на трудовий потенціал підприємства поділяються на ті які опосередковано та безпосередньо впливають на нього. Класифікувати ці фактори можна за ознакою зовнішнього та внутрішнього впливу. При цьому до факторів зовнішнього впливу відносяться: рівень соціально-економічного розвитку країни, регіону; стан ринку праці (національного та регіонального) й умови формування ціни робочої сили; законодавча база, що регламентує соціально-трудові відносини; рівень демографічного розвитку країни; соціальне та підприємницьке інвестування.

Процес управління трудовим потенціалом необхідний для забезпечення раціонального, ефективного та науково-обґрунтованого використання персоналу підприємства, своєчасного виявлення та

реалізації наявних резервів, внесення відповідних змін до умов використання трудового потенціалу, які будуть відповідати новим вимогам внутрішнього та зовнішнього середовища функціонування суб'єкту господарювання.

Метою управління трудовим потенціалом підприємства є забезпечення та сприяння його постійного розвитку за рахунок поєднання наявних людських ресурсів, їх кваліфікації, досвіду, знань та часткових потенціалів з основною стратегією та цілями підприємства, а саме: прогнозування та забезпечення потреби підприємства в працівниках необхідної кваліфікації в певному обсязі; досягнення обґрунтованого співвідношення між організаційно-технічною структурою виробничого потенціалу і структурою трудового потенціалу; максимально можливе та ефективне використання трудового потенціалу окремого працівника та колективу в цілому; створення умов для високопродуктивної та якісної праці, високого рівня її організованості, мотивування, самодисципліни; закріплення працівника на підприємстві, формування стабільного колективу як умова окупності коштів, що витрачаються на робочу силу (залучення, розвиток персоналу); взяття до уваги та забезпечення втілення побажань, потреб та інтересів працівників щодо змісту та умов праці, виду зайнятості, можливості професійного просування та ін.; узгодження виробничих і соціальних завдань (балансування інтересів підприємства та працівників, економічної та соціальної ефективності); підвищення ефективності управління персоналом, досягнення цілей управління при скороченні витрат на працівників

Традиційні методи управління трудовим потенціалом підприємства поділяються на адміністративні (передбачають правове регулювання; розробка положень, посадових інструкцій та іншої документації), економічні (включають техніко-економічний аналіз, обґрунтування, планування; оплата праці; капіталовкладення) та соціально-психологічні (передбачають соціально-психологічне планування; створення творчої атмосфери; участь працівників в управлінні; задоволення культурних і духовних потреб).

Варто зазначити, що механізм управління трудовим потенціалом підприємства завжди залишається процесом складним і динамічним. Його елементи повинні весь час реформуватися, оскільки змінюються як зовнішні умови, в яких функціонує бізнес, так і внутрішньокорпоративне середовище. Постійно коригуються поточні цілі і завдання управління, умови роботи, тому управлінські механізми та методи теж повинні вдосконалюватися.

Основними задачами управління трудовим потенціалом на

підприємстві мають бути:

- виявлення найбільш істотних структурних зрушень в професійному складі та кваліфікаційному рівні робітників, що викликані зміною технологій та постійним оновленням асортименту товарів та послуг;
- визначення проектної величини трудового потенціалу колективу та складу вивільнених робітників в результаті зміни структури надання послуг, впровадження комплексної комп'ютеризації та автоматизації процесів;
- оптимізація та виявлення додаткових потреб підприємства в кваліфікованій робочій силі за групами провідних професій;
- розстановка відібраних кадрів за робочими місцями у відповідності з трудовим потенціалом робітника;
- організація та розвиток системи, що сприяє підвищенню мобільності робочої сили та росту трудового потенціалу колективу;
- створення умов, що сприятимуть більш повному та продуктивному використанню потенційних можливостей кожного члена колективу;
- визначення найбільш раціональних джерел забезпечення додаткових потреб в робочих кадрах та їх підготовка в різних ланках системи навчання підприємства та професійно-технічної освіти.

Резерви підвищення якості трудового потенціалу підприємства являють собою невикористані можливості, а також запаси та джерела, звідки черпаються додатково нові сили і ресурси, необхідні для підвищення якості трудового потенціалу. Виявлення резервів управління якістю трудового потенціалу може здійснюватися також за складовими його якості у рамках використання робочого часу, продуктивності праці, фонду оплати праці, розвитку персоналу та якісного складу. Визначення резервів підвищення якості трудового потенціалу на основі кількісної оцінок, на нашу думку, дозволить: вирішити проблему порівнянності різнорідних абсолютних і відносних показників продуктивністю праці, використання робочого часу, якісного складу та фонду оплати праці складових трудового потенціалу, виражених в різних вимірниках; отримати узагальнюючу оцінку резерву підвищення якості трудового потенціалу в цілому; знизити трудомісткість розрахунків резервів підвищення якості трудового потенціалу.

Розробка шляхів формування якості трудового потенціалу вимагає визначення пріоритетів використання різних резервів підвищення якості трудового потенціалу. Вивчення цих резервів показало, що найбільшу увагу необхідно приділяти управлінським резервах, оскільки без їх першочерговим мобілізації використання виробничих та

позавиробничих резервів буде недостатньо ефективним, що не дозволить сформувати необхідний рівень якості трудового потенціалу.

На нашу думку, найважливішим фактором ефективної роботи підприємства є безупинна перепідготовка персоналу. Між кваліфікацією працівника й ефективністю його праці існує пряма залежність: чим вище його розряд, тим вище продуктивність його праці. На виконання однієї і тієї ж роботи у кваліфікованих працівників іде значно менше часу, чим у менш кваліфікованих. Більш кваліфіковані працівники швидше й ефективніше освоюють нову техніку, технологію, методи організації праці. Завдяки своїй вищій освітній і професійній підготовці, такі працівники одержують можливість технологічно «бачити» значно більше своєї безпосередньої обов'язки в процесі виконання робіт. Саме це багато в чому визначає більш високий ступінь задоволення своєю працею. Однак цього недостатньо. Керівництво повинно також проводити програми систематичного навчання й підготовки працівників, допомагаючи повному розкриттю їхніх можливостей в організації.

УДК 330.332.011

Волк Е.В., студентка
Научный руководитель: Филиппова Т.В.,
м.э.н., ассистент кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет,
Республика Беларусь, г. Брест

ПРАВООТНОШЕНИЯ В СФЕРЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Для регулирования инновационной деятельности в Республике Беларусь используется нормативно-правовой аспект. Представлен он Законом Республики Беларусь от 10 июля 2012 года «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь». Настоящий Закон направлен на определение правовых и организационных основ государственной инновационной политики и инновационной деятельности в Республике Беларусь.

«Государственная инновационная политика - составная часть государственной социально-экономической политики, представляющая собой комплекс осуществляемых государством организационных, экономических и правовых мер, направленных на регулирование

инновационной деятельности»[1].

Законодательство о государственной инновационной политике и инновационной деятельности основывается на Конституции Республики Беларусь и состоит из настоящего Закона и иных актов законодательства.

Целью государственной инновационной политики в Республике Беларусь является создание социально-экономических, организационных и правовых условий для инновационного развития и конкурентоспособности национальной экономики.

Задачи государственной инновационной политики:

- обеспечение экономического и социального развития Республики Беларусь за счет эффективного использования интеллектуальных ресурсов общества;
- обеспечение правового регулирования, стимулирующего инновационное развитие национальной экономики;
- формирование и комплексное развитие национальной инновационной системы, обеспечение ее интеграции в мировую инновационную систему с учетом национальных интересов;
- создание благоприятных условий для осуществления инновационной деятельности, в том числе для вложения инвестиций в данную сферу;
- стимулирование авторов (соавторов) инновации;
- стимулирование создания и развития юридических лиц, осуществляющих инновационную деятельность, а также стимулирование деятельности индивидуальных предпринимателей в инновационной сфере;
- содействие созданию и развитию рынка инноваций;
- создание благоприятных условий для доступа субъектов инновационной деятельности к материальным, финансовым и интеллектуальным ресурсам, необходимым для осуществления инновационной деятельности;
- содействие созданию и развитию инновационной инфраструктуры;
- развитие государственно-частного партнерства в сфере инновационной деятельности;

Основные принципы:

- свободы научного и технического творчества;
- защиты интеллектуальной собственности;
- направленности инновационной деятельности на достижение приоритетов социально-экономического развития Республики Беларусь;

- обеспечения эффективного взаимодействия компонентов национальной инновационной системы;
- оптимального сочетания форм и методов государственного регулирования с использованием рыночных механизмов развития инновационной деятельности;
- стимулирования инновационной деятельности;
- экономической эффективности и результативности государственной поддержки субъектов инновационной деятельности, субъектов инновационной инфраструктуры;
- выделения бюджетных средств на конкурсной основе для реализации инновационных проектов.[2]

Государственное регулирование инновационной деятельности в Республике Беларусь осуществляется Президентом Республики Беларусь, Советом Министров Республики Беларусь, республиканскими органами государственного управления, иными государственными организациями, подчиненными Совету Министров Республики Беларусь, Национальной академией наук Беларуси, органами местного управления и самоуправления областного территориального уровня в пределах их компетенции в соответствии с настоящим Законом и иными актами законодательства.

Формирование, финансирование государственной программы инновационного развития Республики Беларусь и контроль за ее выполнением осуществляются в соответствии с законодательством. Инновационная политика по видам экономической деятельности формируется республиканскими органами государственного управления, иными государственными организациями, подчиненными Совету Министров Республики Беларусь, на срок до пяти лет и может формироваться в виде программ инновационного развития, которые утверждаются этими органами и организациями. По решению Совета Министров Республики Беларусь инновационная политика по видам экономической деятельности может формироваться в виде мероприятий, направленных на решение задач государственной инновационной политики.

Инновационная деятельность может включать в себя: выполнение научно-исследовательских работ, необходимых для преобразования новшества в инновацию; разработку новой или усовершенствованной продукции, новой или усовершенствованной технологии, создание новых услуг, новых организационно-технических решений; выполнение работ по подготовке и освоению производства новой или усовершенствованной продукции, освоению новой или усовершенствованной технологии, подготовке применения новых

организационно-технических решений; производство новой или усовершенствованной продукции, производство продукции на основе новой или усовершенствованной технологии; введение в гражданский оборот или использование для собственных нужд новой или усовершенствованной продукции, новой или усовершенствованной технологии, новых услуг, новых организационно-технических решений; иную деятельность, направленную на преобразование новшества в инновацию.

Стимулирование инновационной деятельности может осуществляться в форме:

-финансирования инновационных проектов за счет средств республиканского и (или) местных бюджетов;

-финансирования расходов на организацию деятельности и развитие материально-технической базы субъектов инновационной инфраструктуры, включая капитальные расходы;

-предоставления права пользования государственным имуществом, права использования объектов интеллектуальной собственности для осуществления инновационной деятельности;

-передачи субъектам инновационной деятельности имущественных прав на результаты интеллектуальной деятельности, полученные за счет средств республиканского и (или) местных бюджетов и необходимые для осуществления инновационной деятельности;

-осуществления государственных закупок товаров (работ, услуг) в сфере инновационной деятельности;

-предоставления налоговых льгот субъектам инновационной деятельности, производящим и реализующим инновационные товары, и субъектам инновационной инфраструктуры;

-установления и выплаты вознаграждения автору (соавторам) инновации;

-таможенного регулирования экспорта продукции и технологий, созданных на основе новшеств, а также импорта сырья, оборудования, комплектующих, необходимых для их производства (создания);

-возмещения расходов субъектам инновационной деятельности по патентованию объектов интеллектуальной собственности за рубежом;

-содействия в подготовке, переподготовке и повышении квалификации кадров в сфере инновационной деятельности;

-финансирования участия субъектов инновационной деятельности и субъектов инновационной инфраструктуры в международных выставках, ярмарках, конференциях, семинарах и иных подобных мероприятиях;

-в иных формах, предусмотренных законодательством [3].

В связи с государственным регулированием инновационной деятельности могут возникать административные, финансовые и иные правоотношения, регулируемые нормами соответствующих отраслей права.

Список использованной литературы

1) Официальный сайт Министерства экономики Республики Беларусь [Электронный ресурс] URL: http://www.economy.gov.by/ru/investicii-ru/(Дата обращения 24.10.2019)

2) Нормативно-правовой аспект инновационной деятельности в Республике Беларусь. [Электронный ресурс] URL: https://studfiles.net/preview/3104996/page:4/ (Дата обращения 26.10.2019)

3) ЗАКОН РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ от 10 июля 2012 г. №425-З [Электронный ресурс] URL: https://kodeksy-by.com/zakon_rb_o_gosudarstvennoj_innovatsionnoj_politike_i_innovatsionnoj_deyatelnosti.htm (Дата обращения 28.10.2019)

УДК 330.332.011

Волк Е.В., студентка
Научный руководитель: Филиппова Т.В.,
м.э.н., ассистент кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет,
Республика Беларусь, г. Брест

ИННОВАЦИОННЫЕ СТРАТЕГИИ И ТИПЫ КОНКУРЕНТНОГО ПОВЕДЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ

Главным критерием для успеха инновационной деятельности организации является выбор правильной стратегии. Если организация не сможет предвидеть будущие изменения рынка, то она может оказаться в кризисе.

Стратегия — это всесторонний комплексный план достижения поставленных целей.

А инновационной стратегией является одно из средств достижения целей организации, отличающееся от других средств своей новизной, прежде всего для данной организации и, возможно, для отрасли, рынка, потребителей.

К инновационным стратегиям относятся:

- Инновационная деятельность направлена на получение новых технологий, услуг и продуктов;
- Использование новых организационных структур;

• Введение в производство новых видов ресурсов и новых подходов к использованию привычных ресурсов;

• Применение новых методов в управлении, НИОКР, маркетинге и т.д.[1]

В мире существует около 8 видов инновационных стратегий:

1. Наступательная: представляет собой стратегию с высоким риском и с высокой окупаемостью в случае успеха на рынке. Требованиями при наступательной стратегии являются высокая квалификация кадров и умение в кротчайшие сроки воплотить новые потребности рынка. Она характерна для крупных конкурирующих между собой организаций, но также ей могут воспользоваться и более мелкие фирмы, направленные на один инновационный проект.

2. Защитная либо оборонительная: данная стратегия приемлема для крупных организаций с приоритетным научно-техническим потенциал по отношению к конкуренту, их внимание более сконцентрировано на разработки уже существующего технического прогресса, также они имеют устойчивую рыночную позицию. В защитной стратегии меньше рисков, чем в наступательной, она направлена на быстрое внедрение нововведений, что является реакцией на действия конкурентов.

3. Поглощающая: базируется на приобретении научно-технического исследования других организаций в результате НИР. Все лидирующие компании используют не только свои исследования, но и исследования других компаний приобретая у них лицензию.

4. Промежуточная: она направлена на поиск новой рыночной сферы. Направлена на избежание прямой конкуренции, а также на анализе слабых сторон конкурента с учётом своих сильных сторон. Применяется в организациях малого инновационного бизнеса.

5. Создание нового рынка: связано с кардинальными инновациями. При этой стратегии имеются все шансы на получение высокой прибыли с минимальными рисками. Такие нововведения редкость, но они имеют место быть на ранних стадиях существования рынка либо отрасли.

6. «Разбойничья»: при применении данной стратегии рыночные лидеры не расположены продвигать новшества, так как это может создать угрозы их позициям. Такая стратегия дает возможность внедрять новые передовые технологии сильным в производственном и технологическом отношении, но не имеющим стабильности на рынке организациям для предложения нового продукта в тот момент, когда это новшество уменьшает общий объем рынка. Поэтому для организации лучше использовать «разбойничью» стратегию для устойчивого успеха

в том случае, когда после выхода на рынок начнут использовать наступательную стратегию.

7. Привлечение специалистов: эта стратегия позволяет приобрести новые знания, навыки, а также в некоторых случаях и ноу-хау с минимальными затратами. Многие предприятия сами не занимаются активным переманиванием специалистов из соображений этики и предпочитают обращаться к помощи специальных агентов.

8. Приобретение компаний: этой стратегией пользуются крупные организации в отношении к малым фирмам, разрабатывающие перспективные стартовые проекты.[2]

Типы конкурентного поведения фирмы:

Венчурное - современные малые фирмы представляют собой гибкие и мобильные структуры, использующие изобретательскую активность. Главное их преимущество – большая скорость разработки проекта, с которой не могут конкурировать крупные предприятия

Особенность: сами не занимаются организацией производства продукции, а передают свои разработки другим фирмам и поэтому, как правило, неприбыльны. Часто венчурные фирмы являются дочерними у более крупных фирм.

Эксплерентное - среднее и мелкое предприятия выходит на рынок с принципиально новым продуктом, образуя впоследствии новую отрасль.

Особенность: будучи создателями радикальных нововведений, отличаются своей целеустремленностью, высоким профессиональным уровнем сотрудников и лидера, большими расходами на НИОКР, результатами которых являются качественно новые продукты и технологии. Организациями-эксплерентами могут быть венчурные фонды (внешние венчуры), технологические центры и парки

Виолентное - крупные компании, осуществляющие массовое производство и работающие на рынке со своей или приобретенной новой продукцией, опережают конкурентов за счет серийности производства и эффекта масштаба

Особенность: осуществляют программно-целевую научную деятельность, результаты которой предсказуемы. Они являются стержнем современной экономики несмотря на то, что подвергаются критике за консерватизм и бюрократизацию. Для этих компаний важное значение имеет постоянное усовершенствование продукции и сокращение издержек на ее производство за счет перехода на ресурсосберегающие технологии

Коммутантное - мелкие предприятия осуществляют распространение новшеств, созданных другими инновационными

организациями, приспосабливая их к требованиям местного рынка

Особенность: удовлетворяют локальные и групповые потребности покупателей местных рынков или даже индивидуальный спрос. Коммутанты также активно содействуют диффузии нововведений за счет имитационной деятельности и предоставления новых видов услуг, созданных на базе новых технологий.[3]

Выбор инновационной стратегии предприятия – одна из важнейших проблем управления нововведениями. Результаты многочисленных исследований подтверждают, что стратегия внедрения нововведений, выбираемая предприятием, лежит в основе успеха фирмы на рынке.

Список использованной литературы

1. Инновационные стратегии и типы инновационного конкурентного поведения фирм (патиенты, эксплеренты, виоленты, коммутанты). [Электронный ресурс] URL: https://studfiles.net/preview/3575044/page:7/ (Дата обращения 24.10.2019)

2. Инновационные стратегии предприятия [Электронный ресурс] URL: https://econ.wikireading.ru/10577 (Дата обращения 26.10.2019)

3. Типы конкурентного поведения фирмы. предприятия [Электронный ресурс] URL: https://studfiles.net/preview/2774784/page:54/ (Дата обращения 28.10.2019)

УДК 338.2

Власюк О.В., магістрант, гр. ПВМ-4, ФБСО
Науковий керівник: Денисюк О.Г., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСАМИ ЗАКЛАДІВ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

Як зазначено у Конституції України, життя і здоров'я людини є найвищими соціальними цінностями держави, і кожний громадянин України має право на охорону здоров'я та медичну допомогу. Поліпшення якості медичної допомоги в Україні було і залишається однією з найактуальніших проблем. Якість медичної допомоги є водночас і метою, і критерієм діяльності системи охорони здоров'я від нижчої її ланки (закладу охорони здоров'я – ЗОЗ) до найвищої (Міністерства охорони здоров'я – МОЗ). Завдання забезпечення й поліпшення якості медичної допомоги, що вирішується сьогодні в Україні, багато в чому співзвучні з цілями інших країн і Всесвітньої

організації охорони здоров'я. Безперервне підвищення якості передбачає комплексний, інтегрований і динамічний підхід, спрямований на поліпшення результатів роботи системи в цілому.

Враховуючи сучасну епідеміологічну, економічну та соціальну ситуації в Україні, очевидно, що галузь охорони здоров'я потребує постійного удосконалення. І в багатьох випадках рішення стосується фінансового забезпечення. Аналізуючи стан забезпечення коштами галузі, можемо говорити, що наявна система планування та доведення певного рівня асигнувань не в змозі вирішити всі проблеми за рахунок державного гарантованого бюджетування. Фінансування галузі на цей час знаходиться в межах 3–5 % ВВП, а в економічно розвинутих країнах – 7–10 %. Зведений бюджет на охорону здоров'я 2019 р. складає 95,8 млрд грн – на 10% більше, ніж у 2018 році. Пропонуємо розглянути пріоритетні напрями роботи міністерства у 2019 році і запланований рівень фінансування кожного.

Реформа первинної медичної допомоги – 15,3 млрд. грн. Продовжилась реформа закладів первинної допомоги. Такі заклади почали отримувати оплату за надання медичних послуг за принципом "гроші йдуть за пацієнтом" (декларації з сімейними лікарями та педіатрами). Бюджет на оплату послуг первинної медичної допомоги за програмою медичних гарантій Національної служби здоров'я складає 15,3 млрд. грн.

Програма "Безкоштовна діагностика" – 2 млрд.грн. Це забезпечення 80% потреб пацієнта, найбільш необхідними безоплатними дослідженнями (рентген, УЗД, ехокардіографія серця), аналізи та консультації вузькопрофільних спеціалістів. Ці послуги пацієнти зможуть отримати безоплатно тільки за направленням свого сімейного лікаря. Пацієнт сам обиратиме медзаклад (головне – заклад має брати участь у програмі "Безкоштовна діагностика").

Субвенція місцевим бюджетам на спеціалізовану амбулаторну, стаціонарну та екстрену медичну допомогу – 55,5 млрд. грн. Ті заклади, які не увійдуть у реформу у 2019 році, будуть фінансуватися за принципом медичної субвенції.

Реформа екстреної медичної допомоги – 922,5 млн. грн. За ці кошти буде реалізовано пілотний проект розвитку екстреної медичної допомоги у Вінницькій, Донецькій, Одеській, Полтавській, Тернопільській областях та місті Києві, програма розвитку якого включає: закупівлю 70% потреби спеціалізованого санітарного транспорту; проведення програми підготовки інструкторів для підвищення кваліфікації, відповідно до світових стандартів; цільові видатки на підвищення рівня оплати праці працівників, які пройдуть

підвищення кваліфікації; закупівля спеціального навчального обладнання та манекенів для навчально-тренувальних симуляційних центрів; створення єдиних регіональних оперативно-диспетчерських служб.

Державні закупівлі ліків і медичних виробів – 5,9 млрд. грн. Третій рік поспіль виділяється дана сума на життєво необхідні дороговартісні препарати, які пацієнти зазвичай не можуть купити самостійно, зокрема для лікування важких та рідкісних захворювань, що потребують тривалого та/або дороговартісного лікування.

Загалом за 40 напрямами державної програми закуповуються близько 500 препаратів та більше 700 медичних виробів. Завдяки оптимізації та ефективній організації закупівель вже вдалося вивільнити 321 млн. грн. та перерозподілити їх на закупівлю додаткових ліків (на 10% збільшено фінансування дорослої онкології, гемофілії, розсіяного склерозу, а також низки дитячих програм (муковісцидоз, нанізм, дитячий церебральний параліч, гепатит).

Програма "Доступні ліки" – 1 млрд.грн. Програма продовжує бути пріоритетом Уряду. У 2019 році українці й надалі отримують ліки від серцево-судинних захворювань, діабету 2 типу та бронхіальної астми безоплатно або з незначною доплатою. У наступному році програма очікує на серйозну трансформацію. Передбачається, програма відійде до Національної служби здоров'я (НСЗУ), тобто контрактувати аптечні заклади та відшкодовувати вартість відпущених лікарських засобів будуть не заклади охорони здоров'я (ЗОЗ), а безпосередньо один головний оператор бюджетних коштів – НСЗУ. Нова модель фінансування передбачає, що всі адміністративні механізми програми стануть автоматизованими та централізованими. Це сприятиме оперативному реагуванню на нестачу фінансування у тому чи іншому регіоні. НСЗУ як єдиний фінансовий оператор програми зможе самостійно, без рішення місцевої ради, перерозподіляти фінансування між регіонами, де є більший попит на ліки за програмою і тими, де є надлишок. Перехід на нову модель фінансування передбачає обов'язкове запровадження електронного рецепту. Отже, з 1 квітня 2019 року "Доступні ліки" відпускають за номером рецепту, який система надсилає повідомленням на мобільний телефон пацієнта.

Повне відшкодовування вартості препаратів інсуліну за кошти державного бюджету – 925 млн. грн. До цього відшкодування вартості відбувалось частково коштом державного бюджету, частково – з місцевого бюджету. Внаслідок цього було багато скарг від пацієнтів у тих регіонах, де місцева влада не може дофінансувати свою частину.

Розбудова мережі кардіоцентрів – 150 млн.грн. Цього вистачить для

придбання 13 ангіографів, що дозволить допомогти більшому числу людей з гострим інфарктом міокарда та знизити смертність від серцево-судинних захворювань. З 2016 року створення регіональних реперфузійних мереж стало пріоритетним завданням Уряду в сфері розвитку і реформування медицини. Реперфузійний центр – це відділення у ЗОЗ, де безоплатно проводять коронарне стентування (відновлення порушеного кровообігу) при гострому інфаркті міокарда. Зокрема впродовж 2017 року в 11 областях України смертність від гострого інфаркту міокарду знизилася на 20% у порівнянні з 2015 роком (за минулий рік українські кардіологи врятували від страшної та болісної смерті на 420 людей більше). Це перше зниження кількості смертельних випадків в Україні за останнє десятиліття.

Запровадження Єдиного державного кваліфікаційного іспиту (ЄДКІ) – 16,7 млн.грн. Запровадження іспиту є частиною реформи медичної освіти. ЄДКІ складається з 4 елементів: іспит КРОК, тест з англійської, міжнародний тест з основ медицини (IFOM) та іспит з практичних навичок ОСК(П)І. ЄДКІ буде проходити у два етапи: перший етап проводитися на третьому курсі, другий – залежно від спеціальності – на п'ятому або шостому курсах. Даний іспит, як освітній стандарт, встановлює доволі високу планку і для студента, і для університетів, що сприятиме випуску з медичних закладів вищої освіти справді кваліфікованих спеціалістів.

Узагальнюючи вищезазначене можемо зробити висновки, що заходи щодо підвищення якості системи охорони здоров'я в першу чергу повинні бути спрямовані на вдосконалення моделі фінансування та системи управління галуззю, забезпечення ефективної та прозорої цінової політики на медичні послуги, оптимізації мережі державних, комунальних, відомчих і приватних ЗОЗ. Це дозволить створити необхідні умови конкуренції, які, в свою чергу, мають бути закріплені ціновою, податковою політикою задля підтримки рівноваги між оптимальним розподілом ресурсів в умовах ринку. Тож ефективність і чіткість функціонування всіх ланок механізму поліпшення якості медичної допомоги в Україні можливі тільки при їх взаємодії та взаємоузгодженні.

Список використаних літературних джерел

1. Мамаєва Л. Г. Управління якістю медичної допомоги як важливий аспект менеджменту в охороні здоров'я / Л. Г. Мамаєва // Стратегічні перспективи розвитку промислових регіонів України в умовах економічної турбулентності : Всеукр. студент. науково-практ. конф. (Маріуполь, 10 січня 2019 р.) : тези доп. / ДВНЗ «ПДТУ». –

Маріуполь, 2019. – С. 159–161.

2. Про затвердження Концепції управління якістю медичної допомоги у галузі охорони здоров'я в Україні на період до 2020 року : наказ МОЗ України від 01.08.2011 р. № 454. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0454282-11

3. Сайт Міністерства охорони здоровʹя// Якими ліками та медичними виробами забезпечуються пацієнти завдяки державним закупівлям/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://moz.gov.ua/article/health/jakimi-likami-ta-medichnimi-virobami-zabezpechujutsja-pacienti-zavdjaki-derzhavnim-zakupivljam

4. Удовиченко Н. М. Ключові аспекти ринкової рівноваги та соціального оптимуму партнерства у сфері стоматологічної допомоги населенню / Н. М. Удовиченко // Управління розвитком. - 2017. - № 3-4.-С. 96–101. [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uproz_2017_3-4_15.

УДК 331.108.26

Волковська В. В., магістрант, гр. ПВМ-4, ФБСО
Науковий керівник: Орлова К. Є., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

Становлення ринкової економіки в Україні безумовно пов’язане з ефективністю розвитку підприємств усіх форм власності. Ефективна діяльність підприємства залежить не тільки від високого рівня конкурентоспроможності, достатнього виробничого потенціалу, але і від компетенції персоналу й ефективності його внутрішньої організації. Зазначене актуалізує проблеми, пов’язані із управлінням персоналом.

Управління персоналом неможливе без використання необхідних для цього інструментів, що забезпечують ефективність трудової діяльності відповідно до вимог виробництва: взаємопов’язаних соціально-економічних, організаційних, соціологічних, психологічних і ергономічних методів. Розв’язанню цієї проблеми має сприяти продумана кадрова політика, що є складовою частиною всієї управлінської діяльності підприємства. Саме кадрова політика має на меті створити згуртовану, відповідальну, високопродуктивну робочу силу.

Кадрова політика є одним з основних видів діяльності

підприємства, який охоплює розвиток організаційних принципів роботи з людьми, формування і раціональне використання трудових ресурсів, забезпечення ефективності їх розвитку.

Кадрова політика підприємства – це система принципів, методів та організаційних форм, що у своїй сукупності створюють передумови для формування, використання, відтворення та розвитку персоналу підприємства [2, с. 441]. Вона спрямована на забезпечення ефективності використання персоналу підприємства.

Метою кадрової політики підприємства є забезпечення відповідності між виробничо-господарськими потребами підприємства та забезпеченням кадрами належного кількісного та якісного складу. Досягнення визначеної мети можливе через реалізацію напрямів кадрової роботи в усій системі взаємовідносин працівника та підприємства [2, с. 441].

Кадрова політика підприємства повинна відповідати стану його внутрішнього та зовнішнього середовища, місії та стратегічним цілям його розвитку. Залежно від цілей та особливостей кадрової політики виділяють різні її типи:

– пасивна – в управлінні підприємством немає чіткої політики щодо персоналу, робота персоналу не залежить від функцій, характеристик, відсутнє планування персоналу, засоби оцінки персоналу;

– реактивна – основний контроль здійснюється з появою негативних процесів, пов'язаних з персоналом, проводиться моніторинг кадрів і мотивація [1, с. 150-151];

– превентивна – керівництво підприємства може прогнозувати розвиток ситуації та здатне вживати ряд ефективних превентивних заходів;

– активна – передбачає розробку прогнозу та виступає джерелом впливу на ситуації, кадрова служба розробляє програми управління, здійснює моніторинг на постійній основі, управляє реалізацією програм в умовах зовнішнього і внутрішнього середовища;

– раціональна – різновид активної кадрової політики; передбачає застосування гнучких форм залучення фахівців, реалізацію мобільних стратегій управління персоналом;

– авантюристична – керівництво немає ефективного прогнозу розвитку ситуації, але бажає здійснювати вплив на неї. Кадрова служба в цьому випадку також це не може прогнозувати ситуацію і діагностику персоналу. Робота з персоналом ґрунтується на основі емоційних ідей для роботи персоналу [1, с. 150-151].

На різних етапах функціонування та розвитку підприємство може реалізовувати різні типи кадрової політики.

Процес формування кадрової політики передбачає реалізацію трьох етапів [3]:

1. Етап нормування. Мета полягає в тому, щоб скоординувати принципи і завдання роботи з персоналом з принципами та цілями підприємства, його стратегіями і стандартами розвитку.

2. Етап програмування. Метою є розробка програм, напрямів досягнення цілей кадрової політики відповідно до поточних і можливих ситуацій.

3. Етап моніторингу персоналу. Мета полягає в тому, щоб розробити процедури для діагностики та оцінки кадрових умов, прогнозування кадрової ситуації.

Ефективна кадрова політика є запорукою ефективної діяльності підприємства в цілому. Від ефективності формування та реалізації кадрової політики підприємства істотно залежить його успіх на ринку, стійкість та конкурентоспроможність функціонування.

Список літератури:

1. Грицай А. М. Теоретико-методичні засади формування кадрової політики підприємства // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2014. № 1(63). С. 148-155.

2. Марченко В. М., Хондока В. А. Кадрова політика та кадрова стратегія підприємства // Глобальні та національні проблеми економіки. 2017. № 20. С. 440-443.

3. Самофалова М. О., Костюк Т. С. Особливості кадрової політики на підприємстві. URL : https://conferences.vntu.edu.ua/index.php/all-fm/all-fm-2017/paper/download/2116/1618.

УДК 330.341.4(477)

Гахович Н.Г., к.е.н., ст. наук. співр.
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАНУ»

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ОЗЕЛЕНЕННЯ ПРОМИСЛОВОСТІ ПРИ РЕАЛІЗАЦІЇ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ УКРАЇНИ З ЄС

Сьогодні питання озеленення всіх сфер суспільного життя стають актуальнішими не тільки для України, а в усьому світі. Сучасне суспільство стурбовано вирішенням питання: як підтримати розвиток економіки, мінімізуючи техногенне навантаження на довкілля. Вирішити це непросте завдання може дотримання наступних принципів

в організації глобального виробництва:

• відокремлення економічного зростання від використання природних ресурсів, зокрема у виробництві товарів та послуг (англ. – decoupling), особисто це стосується ефекту декаплингу ("decoupling"), який визначає момент розмежування, роз'єднання, розділення, розрив зв'язку між економічним зростанням і зменшенням тиску на довкілля [1];

• створення більшої доданої вартості за меншого обсягу споживання вхідних ресурсів (англ. – doing more with less).

Україна також може здійснити вагомий внесок у вирішенні поставлених завдань. Підписавши Угоду про асоціацію з ЄС та приєднавшись до Європейського енергетичного співтовариства, Україна зобов'язалася здійснити модернізацію промислового розвитку задля переходу до ресурсо- та енергоефективної економіки. Водночас, озеленення промисловості є новою темою для України, і на сьогодні здійснюються лише перші кроки щодо розробки й прийняття нормативно-правового забезпечення у цій сфері

Реалізація Угоди про асоціацію України з ЄС, зокрема у сфері захисту навколишнього середовища, вимагає адаптації економіки України до європейських принципів, на яких ґрунтується екологічна політика ЄС й закладені у статті 191 Договору про функціонування Європейського Союзу. Зокрема, у частині 2 зазначено, що політика базується на принципі перестороги, необхідності вживання запобіжних заходів, усунення наслідків екологічної шкоди та на принципі «забруднювач платить».

Згідно із Додатком XXX до Угоди Україна зобов'язується імплементувати у своє законодавство положення 26 директив та 3 регламентів ЄС у таких секторах як: управління довкіллям та інтеграція екологічної політики у інші галузеві політики, якість атмосферного повітря, управління відходами та ресурсами, якість води та управління водними ресурсами, включаючи морське середовище, охорону природи, промислове забруднення та техногенні загрози, зміну клімату та захист озонового шару, генетично модифіковані організми [2].

Беручи до уваги використання застарілих технологій виробництва, низький рівень енергоефективності підприємств, ресурсну та енергетичну залежність України на фоні політичної, економічної та фінансової нестабільності, питання переходу до озеленення економіки має бути серед пріоритетних на порядку денному в Україні.

Єльсинським і Колумбійським університетами у співпраці з Всесвітнім економічним форумом опубліковано результати глобального дослідження із супроводжуючим його рейтингом країн

світу за рівнем екологічної ефективності 2018 (The Environmental Performance Index 2018), який відображає досягнення серед 180 країн у сфері управління природними ресурсами та їх раціонального використання [3].

У 2018 році лідером за рівнем екологічної ефективності визнано Швейцарію. У першу десятку лідерів також увійшли Франція, Данія, Мальта, Швеція, Великобританія, Люксембург, Австрія, Ірландія та Фінляндія. Україна в рейтингу посіла 109 сходинку і опинилась між Туреччиною (108) та Гватемалою (110). Останні сходинки рейтингу зайняли Бангладеш і Бурунді. Причиною такої позиції є низькі оцінки стану оточуючого природного середовища та життєздатності екосистем (збереження біологічного різноманіття, ступень навантаження економічної діяльності на оточуюче середовище, ефективність державної політики в сфері екології тощо в Україні).

Серед основними бар'єрами озеленення в промисловому секторі України є:

• недостатність державного стратегічного планування і наявності індикаторів успішності зеленої модернізації економіки;

• складна дозвільна і обтяжлива податкова політика держави в сфері зеленої модернізації економіки;

• недостатність інформування про можливості та перспективи зеленої модернізації економіки, переваги впровадження системи екологічного менеджменту;

• недостатність доступних зелених технологій і кваліфікованих кадрів для їх впровадження;

• недостатнє фінансове стимулювання з боку держави зеленої модернізації економіки і впровадження системи екологічного менеджменту;

• відсутність доступних фінансових ресурсів для цілей зеленої модернізації економіки.

Але водночас, є і позитивні моменти у сфері управління природними ресурсами та їх раціонального використання. Наприклад, з початку цього року Верховна Рада України підтримала законопроект "Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2030 року", а з квітня він набув чинності. Цей закон має інтегрувати у всі сфери економіки й повсякдення життя українців екологічні стандарти, діючі в країнах ЄС. Цілі Стратегії державної екологічної політики України відповідають середньостроковим пріоритетам дій Уряду та передбачають ряд практичних заходів, які має здійснити Україна до 2030 року для озеленення економіки та переходу до стандартів, діючих в країнах ЄС. Йдеться про екологічну просвіту,

сталий розвиток природно-ресурсного потенціалу України, інтеграцію екологічної політики в процес прийняття рішень соціально-економічного розвитку, а також удосконалення та розвиток державної системи природоохоронного управління.

Проте, швидкий та комплексний перехід до моделі «зеленої промисловості» в Україні потребує впровадження екологічних заходів, що були успішно апробовані в країнах ЄС. Узагальнюючи досвід країн ЄС щодо озеленення економіки, формування ресурсоефективної, конкурентної «зеленої» економіки, ми бачимо реальні можливості економії ресурсів, підвищення конкурентоздатності бізнесу, залучення додаткових джерел економічного зростання та створення робочих місць. Компанії країн ЄС показують, що заходи з підвищення ресурсоефективності на усіх ланках ланцюга створення доданої вартості можуть знизити потребу ЄС у сировинних ресурсах на 17-24% до 2030 р. порівняно до 2013 р. та підвищити ВВП країн ЄС близько на 3,9% завдяки створенню нових ринків та продуктів.

Важливою передумовою структурних зрушень у бік зелених видів діяльності є екологізація промислового виробництва та розвиток пов'язаних з ним послуг, у тому числі послуг з доведення новітніх технологій до виробництва та ринку, удосконалення виробничих процесів, консалтингу, впровадження стандартів, а також інновацій, спрямованих на захист довкілля.

Цю місію виконує «зелена» промисловість, яка, будучи складовою зеленої економіки, також концентрується на екологізації процесів виробництва і споживання, але охоплює зобов'язання та дії, спрямовані на зниження впливу виробничих процесів і продукції на довкілля за рахунок більш ефективного використання ресурсів, відмови від токсичних речовин, заміни викопних видів палива відновлюваними джерелами енергії, поліпшення безпеки праці, взяття виробниками підвищеної відповідальності за деструктивний вплив на довкілля. Це дозволяє промисловому бізнесу досягти впровадження нових технологій та управлінських рішень для покращання одночасно екологічних та економічних результатів діяльності підприємств.

Важливою умовою озеленення української промисловості, яка характеризується наявністю структурних дисбалансів, зростанням сировинних галузей з одночасним погіршенням високотехнологічних виробництв, що ускладнює можливості росту конкурентоспроможності, посилює залежність від світової кон'юнктури та призводить до втрати значної частини прибутку є наступні пріоритети:

- ✓ технологічна модернізація та трансформація у більш зелену й ресурсоефективну, з низькими викидами і відходами забруднюючих

речовин має стати ключовим компонентом політики зеленого зростання;

- ✓ широке впровадження екоінновацій та чистих технологій, зокрема з використанням досягнень технологій Індустрії 4.0;
- ✓ постійний моніторинг озеленення промисловості та коригування основних індикаторів його досягнення.

Очікується, що запровадження даних підходів в сфері озеленення промисловості дозволить: підвищити продуктивність та конкурентоспроможність шляхом скорочення енергоспоживання та мінімізації обсягів утворених відходів; створити нові сектори економіки, нові ринки та нові робочі місця; збільшити доходи завдяки ефективному використанню ресурсів; зменшити ризики для економічного зростання та небезпеку появи конфліктів, викликаних нестачею ресурсів.

Список використаних джерел:

1. Гахович Н.Г. Промислова політика посткризової економіки /Гахович Н.Г.// кол. монографія за ред.. д-ра екон. наук Л.В. Дейнеко, Ін-т екон. та прогнозув. НАНУ. К., 2014. С. 277-282.
2. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. URL: https://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984_011.
3. 2018 EPI Results. URL: https://epi.envirocenter.yale.edu/epi-topline.

УДК 330.341.1.1:658

Гойхман М.В., магістрант, гр. ПВМ-4, ФБСО
Науковий керівник: Валінкевич Н.В., д.е.н., проф.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ «ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ» ПІДПРИЄМСТВА

Випуск продукції, який є максимально можливим, за якістю і кількістю всіх засобів виробництва і праці, що є в розпорядженні підприємства в умовах найбільш ефективного використання називають виробничим потенціалом підприємства. Під максимально можливим потенціалом підприємства розуміють потенціал, при якому досягнуто намічений рівень техніки, технології, повне використання обладнання, передових форм організації виробництва, праці та господарювання. На

відміну від виробничої потужності виробничий потенціал підприємства характеризується оптимальним науково-технічним прогресом використанням всіх виробничих ресурсів, як застосованих, так і споживаних.

Також можна зазначити, що виробничий потенціал підприємства виступає як категорія соціально-економічна, так як забезпечується поряд з іншими трудовими ресурсами, і їх значення при формуванні виробничого потенціалу досить велике. А. Берлін та А. Арзямов [7] роблять акцент на тому, що величина виробничо-економічного потенціалу підприємства сприяє його конкурентоспроможності на цільовому ринку та характеризує можливості трудового колективу створювати і реалізовувати продукцію, більш привабливу за своїми ціновими або іншими якісними характеристиками для споживачів, ніж продукція конкурентів.

У складі елементів виробничого потенціалу слід виділити фондовий потенціал, трудовий потенціал, потенціал фінансової стійкості, економічний і оборотний. Елементи виробничого потенціалу знаходяться не тільки в тісній взаємодії - в певній мірі вони взаємозамінні. Всі форми взаємозамінності елементів виробничого потенціалу повинні розглядатися, головним чином, як його найважливіша економічна характеристика. Даний підхід дозволяє в кінцевому підсумку забезпечити збереження виробничих ресурсів в результаті використання нового обладнання, передових технологій, нових методів організації управління виробництвом.

Отже, виділяють такі характерні особливості виробничого потенціалу:

– цілісність. Всі елементи системи повинні бути спрямовані на досягнення поставленої перед нею мети. Формування та використання виробничого потенціалу підприємства має бути спрямована на вирішення головного завдання підприємства - отримання максимального прибутку за рахунок підвищення ефективності виробництва. Таким чином, ефективно повинен використовуватися не тільки весь виробничий потенціал підприємства, але і входять до його складу основні елементи;

– складність. У будь-якій системі кожен з елементів розглядається як сукупність окремих піделементів, в результаті чого система має складну структуру. Виробничий потенціал складається з чотирьох основних елементів (основні виробничі фонди, кадри, технологія, інформація), які в подальшому підрозділяються на піделементи. Наприклад, основні виробничі фонди класифікуються на ряд основних груп, в кожній з яких виділяються підгрупи, окремі типи і види фондів;

– взаємозамінність або альтернативність елементів. При певних умовах кожен з елементів виробничого потенціалу може бути замінений на інший його елемент, при цьому змінюється або вартість окремих елементів, або їх частка в загальній структурі виробничого потенціалу підприємства;

– взаємозв'язок і взаємодія елементів. Всі елементи виробничого потенціалу тісно пов'язані між собою, і при внесенні змін до будь-якої з них необхідні відповідні зміни в інших елементах потенціалу;

– здатність до сприйняття новітніх досягнень НТП. При істотному розвитку виробництва і впровадженні досягнень НТП в першу чергу необхідно вносити зміни в елементи з найдовшим терміном служби. Тобто спочатку розглядається можливість використання нових технологій, потім проводяться зміни в структурі основних фондів, в інформаційному забезпеченні виробництва і після цього передбачається підвищення кваліфікації кадрів;

– гнучкість. Характеризується можливістю зміни номенклатури і асортименту продукції, що випускається без проведення суттєвих змін в елементах виробничого потенціалу. Ця особливість важлива для багатономенклатурних виробництв в умовах ринкової економіки, коли виникає необхідність через зміни попиту на даний вид продукції переходити на випуск інших видів продукції;

– потужність. Виробничий потенціал відображає потенційні можливості того чи іншого виробництва, тобто має потужність. Виробничий потенціал, так само як і виробнича потужність, то, можливо заміряний кількісно, і отримані значення можна використовувати для оцінки можливостей виробництва.

Відомо, що в сучасній економічній науці існує кілька підходів до розкриття сутності і структури виробничого потенціалу підприємства. Найпоширенішим є ресурсний підхід, згідно з яким виробничий потенціал - це сукупність ресурсів, що знаходяться в розпорядженні підприємства і використовуються в ході його виробничої діяльності. Є. Ю. Ерегін [3] визначає виробничий потенціал підприємства як сукупність фінансових, матеріальних, нематеріальних, інтелектуальних, інформаційних, технологічних, інноваційних та інших ресурсів, що забезпечують господарську діяльність підприємства. Л. Д. Ревуцький [6] зміст виробничого потенціалу підприємства обмежує тільки трудовими ресурсами, визначаючи виробничий потенціал як технічно, економічно та організаційно обґрунтовану норму ефективного робочого часу основного виробничого персоналу підприємства за певний інтервальний період календарного часу. Автор даного визначення зводить виробничий потенціал до наявності одного

ресурсу, без якого використання інших не представляється можливим. Недоліком даного підходу є те, що його прихильники не враховують належною мірою взаємодія ресурсів, їх використання та ефективність залучення в виробничо-господарську діяльність підприємства.

При результативному підході виробничий потенціал розглядається як здатність виробничої системи створювати певну кількість матеріальних благ при використанні ресурсів виробництва. Т. Б. Бердникова [1] визначає виробничий потенціал як категорію, що об'єднує різні виробничі можливості підприємства з випуску та реалізації різних видів продукції, надання послуг. М. К. Старовойтов і П. А. Фомін [7] визначають виробничий потенціал як систему економічних відносин, що виникають між господарюючими суб'єктами на макро- і мікрорівнях з приводу отримання максимально можливого виробничого результату, який може бути отриманий при найбільш ефективному використанні виробничих ресурсів, при наявному рівні техніки і технологій, передових формах організації виробництва.

Зазначимо, що при цільовому підході під виробничим потенціалом розуміється здатність підприємства досягати поставлених цілей в умовах обмеженості наявних ресурсів. А. Е. Воронкова, В. П. Пономарьов і Г. І. Дібніс [2] визначають виробничий потенціал як здатність окремого підприємства виконувати необхідний обсяг робіт, випускати продукцію для реалізації своєї місії і цілей, які визначені її статутом. Нгуєн Т. Т. Ханг [4], на наш погляд, дає найбільш вдалу трактування поняття «виробничий потенціал», визначаючи його як наявні у підприємства потенційні можливості з випуску конкурентоспроможної продукції при використанні сукупності наявних на підприємстві технічних, трудових і матеріально-енергетичних ресурсів.

Отже, ми вважаємо, що виробничий потенціал - це сукупність ресурсів промислового підприємства та їх здатність в ході виробничого процесу трансформуватися в певні результати, спрямовані на досягнення поставлених економічних цілей. Виробничий потенціал промислового підприємства є складною системою, що має певну внутрішню структуру і системну єдність складових елементів, які забезпечують готовність і здатність підприємства здійснювати встановлені функції в процесі реалізації мети.

На нашу думку, виробничий потенціал виступає як органічна єдність всіх основних елементів виробничого процесу. Структура виробничого потенціалу є ключовим фактором, що характеризує тип підприємства і відображає його специфіку, накладає відбиток на його поточну діяльність, а також впливає на формування стратегії його розвитку.

Список використаних джерел

1. Бердникова Т. Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. – М.: Инфра-М, 2010. 224 с.

2. Воронкова А. Э., Пономарев В. П., Дибнис Г. И. Поддержка конкурентоспособного потенциала предприятия. – Киев: Техника, 2000. 152 с.

3. Ерегин Е. Ю. Управление развитием потенциала наукоемкого предприятия (на примере электронной промышленности РФ) : Дисс. канд. экон. наук. – М., 2007. 150 с.

4. Нгуен Т. Т. Ханг. Производственный потенциал полиграфических предприятий и эффективность его использования в условиях рынка: Дисс. канд. экон. наук. – М., 2001. 181 с.

5. Посошкова Е. В. Производственный потенциал и его взаимосвязь с другими потенциалами. *Коллекция электронных документов*. URL: http://www.alldocs.ru/download/index.php?id=5046.

6. Ревуцкий Л. Д. Потенциал и стоимость предприятия. – М.: Финансы и статистика, 2002. 208 с.

7. Старовойтов М. К., Фомин П. А. Практический инструментарий организации управления промышленным предприятием: Монография. – М.: Высшая школа, 2002. 294 с.

8. Берлин А., Арзямов А. Планирование капитальных вложений на предприятии в условиях инвестиционного кризиса. *Проблемы теории и практики управления*. 2001. № 3. 70-74 с.

9. Касьянова Н. В. Потенціал підприємства: формування та використання.. 2-ге вид. перероб. та доп. [текст]: підручник / Н. В. Касьянова, Д. В. Солоха, В. В. Морєва, О. В. Белякова, О. Б. Балакай – К.: «Центр учбової літератури», 2013. 248 с.

10. Прохорова В.В. Потенціал підприємства: формування,управління та розвиток: колективна монографія / В.В. Прохорова. – Х.: НТМТ, 2013. 34 с.

УДК 65.104.1

Гончаренко Н.В., аспірант
Науковий керівник: Пащенко О.П.,
к.е.н., доц. кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЦІННІСНО-ОРІЄНТОВАНОГО ПІДХОДУ В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Зростання темпів глобалізації економічних процесів під впливом інформаційної і технологічної революцій зумовило масштабні зміни конкурентного середовища. Конкуренція товарів і послуг нині все більше виходить за межі національних ринків і трансформується в конкуренцію підприємств за споживачів. Однак, залежно від рівня загального розвитку країни, сприйняття споживачами цінності одного й того самого товару на різних ринках може суттєво відрізнятись і успіх у завоюванні прихильності споживачів на одному ринку ще не означає такий самий успіх на ринку іншому. Для деяких ринків, такі відмінності можуть бути доволі суттєвими. Тому перед підприємствами постає необхідність пошуку таких підходів щодо організації управління, які б сприяли формуванню лояльності клієнтів, забезпечували успіх його ринкової діяльності в довгостроковому періоді та враховували інтереси всіх учасників економічних відносин. Це обумовлює актуальність дослідження ціннісно-орієнтованого управління, концепція якого ґрунтується на необхідності урахування інтересів всіх суб'єктів ринку, та виступає ключовою детермінантою стійкого і ефективного функціонування підприємств.

Поняття цінності та пов'язаних з нею характеристик ціннісно-орієнтованого підходу до управління продовжують залишатися дискусійними питаннями. Ключовою причиною цього є неоднозначне тлумачення самої цінності, що призвело до існування двох дослідницьких традицій у цій сфері. Перша пов'язана з трактуванням цінності як синоніма вартості бізнесу. Зокрема дослідник О. Г. Мендрул становлення та розвиток «ціннісно-орієнтованого менеджменту» пов'язує з роботами А. Рапапорта (Creating Shareholder Value, 1986 р.), відштовхуючись від терміну «управління, орієнтоване на вартість», запропонованого Д. Мактаггартом. Даний підхід до управління компанією отримав в англомовній літературі назву Value-Based Management (VBM), а в україномовній - управління вартістю (цінністю) компанії, або вартісно-орієнтований менеджмент. В основі концепції VBM лежить визнання того, що головною фінансовою метою бізнесу є

зростання його цінності для власників (акціонерів). Другий підхід представляє сукупність відносно незалежних теорій, присвячених дослідженню ролі і механізмів створення цінності в економічних трансакціях. Так, до них можна віднести «Шкалу цінностей» (М. Рокич, 1973), «Концепцію ланцюжка створення цінності» (М. Портер, 1985), «Концепцію ланцюжка "засіб-результат"» (Дж. Гутман, Т. Рейнольдс, 1988), «Теорію цінностей споживання» (Дж. Шет, Б. Ньюмен, Б. Гросс, 1991), «Концепцію багатоступінчастого аналізу цінностей» (П.Валлетті-Флоренс, П. Пеллеманс, 1994) та інші. Також до цього напрямку слід віднести наукові спроби, які актуалізувалися в останні роки, пояснити механізм створення цінності в системі досягнення «балансу інтересів» для всіх стейкхолдерів підприємства, якими, крім власників, є персонал, профспілки, постачальники ресурсів, споживачі, держава, місцеві органи влади, банківські, страхові, фінансові та дослідницькі компанії, а також всі інші «утримувачі інтересів» бізнесу.

У вітчизняній науковій літературі також відсутня єдина точка зору щодо сутності поняття «вартості підприємства».

У варіанті визначення, запропонованому Т. В. Момот [12, с. 23], вартість підприємства визначається як найбільш можлива ціна у грошовому еквіваленті, яка формується завдяки його функціонуванню як діючого єдиного цілого і за якою підприємство може бути продане на відкритому конкурентному ринку за умови, що кожна зі сторін діє зі знанням справи, виважено та без примусу, що відповідає ринковому підходу.

Дещо іншої думки притримується Л. Д. Ревуцький [13], який вважає, що вартість підприємства – це грошова міра його економічної цінності, значимості, соціальної корисності і якості цього господарського об'єкта. Також варто відзначити оригінальний підхід В.Савчука [15, с. 82], який розділяє сутність даного поняття залежно від категорії підприємства. Таким чином, в сучасних умовах сформовано 2 основні концепції трактування щодо ціннісно-орієнтованого управління підприємством.

Тому в межах концепції ціннісно-орієнтованого управління важливо побудувати модель поведінки споживачів, виділивши ті складові споживчої цінності, які формуються, з одного боку, особливостями процесів виробництва товарів та створення послуг і є результатом реалізації управлінських рішень щодо їх надання в межах існуючих організаційних технологій, а з іншого боку – детермінуються станом і динамікою зовнішнього середовища. Аналізуючи ключові аспекти впровадження системи ціннісно-орієнтованого підходу у діяльність підприємства, визначено основні його елементи:

- стратегічне планування;
- організаційне забезпечення;
- навчання і розвиток персоналу;
- інвестиційна діяльність;
- система стимулювання;
- показники виміру результатів;
- система зворотного зв'язку [19, с. 282].

Процес впровадження положень ціннісно-орієнтованого підходу на підприємстві передбачає залучення всіх підрозділів підприємства, адже ціннісно-орієнтоване управління спрямоване на формування нової парадигми бізнесу, а пов'язані з цим перетворення носять поступальний і системний характер.

Таким чином, впровадження положень ціннісно-орієнтованого підходу на підприємстві передбачає формування комплексу організаційних передумов, що мають сприяти поступовим позитивним змінам в його діяльності. Результатом таких якісних перетворень має стати безперервне удосконалення та підвищення ефективності функціонування підприємства.

Список використаної літератури:

1. Алешина И. В. Поведение потребителей / И. В. Алешина. – Москва: Экономистъ, 2008. 528 с.

2. Бойко Р. В., Багрій І.А. Проблеми дослідження поведінки споживачів : *Теорія і практика сучасного менеджменту: проблеми та шляхи вирішення* : матеріали II Міжнар. наук.-практ. конф. Тернопіль, 2009. С. 218-221.

3. Васильев Г. А. Поведение потребителей : учеб. пособие. Москва : Вузовский учебник, 2008. 240 с.

4. Гантер Б., Фернхам А. Типы потребителей: введение в психографику / пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой :Санкт-Петербург, 2001. 304 с.

5. Галушко О. С. Особливості моделі управління ціннісно-орієнтованою операційною системою компанії : *Актуальные проблемы и перспективы развития экономики Украины :* Материалы VIII Международной научно-практической конференции. Симферополь, 2009. С. 154.

6. Гофман А. Б. Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения : Санкт-Петербург, 2006. 160 с.

7. Энджел Дж., Блэкуэлл Р., Миниард П. Поведение потребителей / пер. с англ. : Санкт-Петербург, 2000. 759 с

8. Зозулев А. В. Поведение потребителей : учеб. пособие. Киев :

Знання, 2004. 364 с.

9. Кузнецова І. О. Формування споживчої цінності як засновок стійких конкурентних переваг підприємства : *Вісник соціально-економічних досліджень.* 2011. Вип. 3 (43).С. 234–239.

10. Каплински Р. Распространение положительного влияния глобализации. Какие выводы можно сделать на основании анализа цепочки накопления стоимости? / пер.с англ. : Москва, 2002.68 с.

11. Мендрул О. Г. Управління вартістю підприємств: монографія. Київ : КНЕУ, 2002. 272 с.

12. Момот Т. В. Оценка стоимости бизнеса: современные технологи. Харьков : Фактор, 2007. 224 с.

13. Ревуцкий Л. Д. Стоимость, оценка, капитализация и вероятная цена предприятия [Электронный ресурс] / Режим доступа : www.valuer.ru/files/rev/rev_ok.doc.

14. Редько В. В. Психологічні механізми прийняття рішень у побутовій діяльності : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. психолог. наук : спец. 19.00.01 «Загальна психологія, історія психології». Київ : КНТЕУ, 2003. 20 с.

15. Савчук В. Стратегия + финансы [Текст] Київ : Companion Group, 2009. 352 с.

16. Семенчук А. О. Управління конкурентними перевагами підприємства за ціннісно-орієнтованими параметрами: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.04 / Київ, 2010. 20 с.

17. Соломон М. Поведение потребителя. Искусство и наука побеждать на рынке / пер. с англ. под ред. В. Е. Момота. Санкт-Петербург : ДиаСофт, 2003. 784 с.

18. Трансформація вартості у розвитку відносин «підприємство – клієнт»: монографія / За наук. ред. Є. В. Крикавського, Н. І. Чухрай. Львів : Вид-во НУ «Львівська політехніка», 2007. 250 с.

19. Теоретичні аспекти системи ціннісно-орієнтованого управління підприємством / Боярко І. М., Самусевич Я. В. Київ, Бізнесінформ №9, 2012. С. 282-284

20. Фоксол Г. Психология потребителя в маркетинге / Г. Фоксол, Р. Голдсмит, С. Браун ; пер. с англ. под ред. И. В. Андреевой. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 352 с.

УДК 338.24: 330.341: 339.138

Горященко Ю.Г., к.е.н., доцент
Університет митної справи та фінансів

WAYS TO INCREASE THE INNOVATION ACTIVITY OF UKRAINIAN INDUSTRIAL ENTERPRISES

Based on the statistics on the introduction of innovations at Ukrainian enterprises, their innovative development can be assessed. The share of enterprises that introduced innovations during the analyzed period is insignificant, its maximum value - 16.6% of the total number of enterprises was observed in 2016. In general, starting in 2010, there is an unstable tendency to increase innovation activity. However, in 2014, the share of enterprises that introduced innovations declined by 1.5% compared to 2013. Most likely, the fall was due to the economic and political crisis, a significant level of inflation, political factors. After a difficult period in 2015 and 2016, a significant leap of innovation activity among enterprises is observed at 3.1% in comparison with 2014, and this result is the highest for the entire period under review.

An incredible rate of reduction of the share of implemented innovative products in the volume of industrial. During 2010-2013, it fluctuated at the level of 3.3-3.8%, but in 2014, the share decreased to 2.5%, and in 2015, another 1.8% compared with last year. The lowest share of innovative products sold in the industrial sector over the past 10 years - 0.7% - is observed in 2017, which should alert the government and business elite. This may indicate inefficiencies in the implementation of innovations in general [1].

The indicator of the introduction of new technological processes has a general tendency to reduce, but its peak value was observed in 2016 - 3489 processes, but in 2017 the number of processes was reduced again to 1838.

One of the most global problems in the context of innovation development in Ukraine is the lack of understanding of the essence of innovation at the legislative level. Despite the existing 14 legislative acts, 50 normative-legal government acts, over 100 departmental documents regulating innovation activity in Ukraine, the effectiveness of legislative and regulatory acts remains low [2, p. 68]. The Law of Ukraine «On Innovation Activity» of December 25, 2012 No. 40 - IV (Article 266) treats the concept of «innovation» rather narrowly: «innovations are newly created (applied) and (or) improved competitive technologies, products or services, and also organizational and technical solutions of industrial, administrative, commercial or other nature, which significantly improve the structure and

quality of production and (or) social sphere» [3]. In the best case, innovation is understood as a positive result of innovation activity, at worst – as the pursuit of individual individuals or narrow groups of people for the super-profits that reach the first one who managed to make technological innovation. Therefore, it is so important, through the marketing of innovations, which aims to use marketing technologies, methods and tools throughout the process of formation of enterprise innovation policy [4, p. 195-196], really go to the modern innovation model of development. In Europe, for example, the first steps to its formation were the integration of European countries and their joint participation in the American program «Marshall Plan», the creation of the European Coal and Steel Community (1951), then the signing of the Maastricht Treaty (1992), the introduction of the euro as a pan-European currency (1999-2007), development of the Green Book on Innovations (1995), formation of the European Research Area (2000). Since 1984, «framework programs» have been launched in Europe to develop research and technology that financially support medium- and long-term research initiatives.

From the beginning of the 2000s, the main thesis for EU countries in the field of innovation was that in the scientific sphere, many hidden reserves can be identified through the formation of a supranational system. The results of such integration include the functioning of the leading European research centers – the European Center for Nuclear Research, CERN (project – Large Hadron Collider), the European Southern Observatory, the Laue-Langevin Institute (Neutron Reactor), the European Space Agency, the European Laboratory of Molecular Biology, the European Center synchrotron radiation.

Thus, for Ukraine, there is only one way of innovation development - integration into the EU, and for industrial enterprises - into the European scientific space, and then joining the Lisbon strategy. Considering already formed industrial clusters in Europe, we find a very convenient location for domestic enterprises: in the specialty aerospace industry – south-eastern Poland; «Tool manufacture» – Slovenia, «automotive industry» – Slovakia.

The main steps towards the above-stated goal should be clearly constructed algorithms for the application of various techniques to improve the innovative development of enterprises. In particular:

1. It is necessary to monitor public spending on research and development. It is known that in 2017 the science of the budget of Ukraine was allocated 4.7 billion UAH, of which 2.7 billion UAH was received by the National Academy of Sciences of Ukraine. Only UAH 621.5 million were allocated to the scientific development of universities of Ukraine on the line of the Ministry of Education and Science of Ukraine.

2. Establish feedback from the public sector research with industry through market research.

3. Find solutions to intellectual property problems and tax incentives for research.

4. To make the decision on problems of training of research personnel. In particular, it is necessary to create regional, state and, in the near future, European university associations. Such successful associations, such as the conference of European schools of European engineering education and research (including about 60 EU schools and universities), the European network of training and research in the field of electrical engineering, the strategic alliance of the leading European technology universities, the IDEA League, the Top European Industrial Managers, etc., can serve as examples. The issue of gifted youth in the EU remains a not solved problem.

5. Analyze the progress achieved by the leading European countries.

And only after performing the listed five algorithmic tasks, go to the following:

6. Identify priority areas. In the context of sustainable development, among the directions for industrial enterprises, support for eco-innovation, the promotion of clean technologies, etc. will be mandatory.

7. Create centers of expertise in industrial structures. Only in the case of clear planning, organization, motivation, and control, it is possible to improve the current state of innovation development of industrial enterprises of the country.

Literature:

1. The State Statistics Service of Ukraine [Electronic resource]. – Mode of access: http://www.ukrstat.gov.ua/

2. Orlyuk P. Legislative support of innovation activity in Ukraine / P. Orlyuk // Science and innovations. – 2008. – Vol. 4. – No. 1. – P. 68-73.

3. About innovation activities [Electronic resource]: Law of Ukraine, adopted by the Verkhovna Rada from 04.07.2002, number 40-IV in current ed. from 05.12.2012 – Mode of access: <http://zakon.rada.gov.ua/ CGI-bin / laws / main.cgi? reg = 40-15>.

4. Komlova N. S. Formation of innovation policy of an industrial enterprise on the basis of marketing tools / N.S. Comleva // Economic research and development. – 2017. – No. 12. – P. 195-214.

УДК 364:338.2

Грабинская Н.Ю., студент
Прилуцкая Н.А., ст. преподаватель
Брестский государственный
технический университет

КОНЦЕПЦИЯ БЕЗУСЛОВНОГО БАЗОВОГО ДОХОДА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЕ ПРИМЕНЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Безусловный базовый доход (далее ББД) является обобщающим определением концепции по улучшению жизни. Ее суть заключается в том, чтобы выплачивать безвозмездно гражданам страны или членам группы определенную сумму денег, которая не облагается налогами. Выплаты осуществляются либо частными лицами и организациями, либо государством.

Прежде всего, безусловный базовый доход выплачивается государством независимо от того, работает человек по найму или не работает вообще, этот доход не является разновидностью зарплаты в любом ее понимании (как цены труда или как цены рабочей силы). Следовательно, речь идет об особой форме социального пособия (трансферта). Если по общему правилу трансферты выделяются целевым группам (безработным, инвалидам и т. д.), то данное пособие имеет универсальный характер, что и составляет его специфику. То есть, человек получает выплаты просто потому, что живет на конкретной территории или принадлежит к какому-либо сообществу.

Идея ББД становится актуальной в наше время. Это связано с развитием робототехники, автоматизации производства, в результате которых исчезают некоторые профессии и уменьшается потребность в живом труде в прежних количествах.

Сторонники ББД приводят следующие аргументы за:

1. Существенно сократится бюрократия, обслуживающая выплату традиционных пособий, которые предлагается заменить базовым доходом, а вместе с ней — денежные расходы государственного бюджета и потери других видов ресурсов общества.
2. Исключаются случаи, когда люди, нуждающиеся в помощи, ее не получают.
3. Это самый эффективный способ борьбы с бедностью.
4. ББД должно стать решением технологической безработицы.
5. ББД поможет справиться с экономическим неравенством.
6. Люди смогут заняться тем, что им нравится, а не тем, чем

приходится, чтобы заработать денег.

7. Выплаты смогут решить финансовую проблему рабочих на время переподготовки или получения нужной квалификации.

8. Для тех, у кого нет проблем с работой и заработной платой, безусловный базовый доход станет своего рода поддержкой и экономической гарантией.

Противники ББД приводят следующие аргументы против:

1. Финансирование программы внедрения ББД предполагает высокие затраты. Если источник государственный бюджет, то для многих стран это является затруднительным, если вообще возможным. Оптимисты говорят, что деньги появятся за счет урезания или отмены социальных программ и сопутствующего бюрократического аппарата.

2. Опасение того, что люди массово уйдут с работ.

3. Опасение роста иммиграции, ориентированной на преимущества ББД.

Несколько стран рассматривали возможность введения ББД, а некоторые из них уже осуществили такой социальный эксперимент, и можно подвести некоторые итоги, оценить возможности и риски применения ББД в условиях Республики Беларусь.

В Швейцарии в 2016 г. проводился референдум по поводу введения ББД. Большинством голосов (почти 77%), инициатива была отклонена. На волеизъявление повлияли не только призывы правительства отказаться от данной идеи, но и резонные опасения критиков, предупреждавших о людях, «которые будут покидать рабочие места группами, вызвав экономический хаос». [3] Швейцария предлагала 2500 швейцарских франков каждому взрослому гражданину. По подсчетам правительства, программа обошлась бы в 208 млрд. франков в год (при ВВП страны около 650 млрд), из них 55 млрд. франков за счет сокращения социальных пособий.

В 2008-2009 годах пострадавшим от засухи жителям Очиверо и Омитары в **Намибии** выплачивали по 100 намибийских долларов, а гражданам старше 60 лет —по 450 долларов. Практика показала, что в селениях снизился уровень криминала, дети стали лучше учиться в школах, многие жители занялись улучшением жилищ и повышением уровня знаний. В 2011-2013 году **в Индии** Национальная социологическая ассоциация провела эксперимент: в одной деревне взрослым выплачивали 200-300 рупий, детям — 100-150 рупий. Спустя полтора года жизнь в селениях стала кардинально различаться. Деньги граждан были направлены на ремонты домов и жилищ, прививки от малярии, улучшение быта детей и даже на открытие частного бизнеса. Опрос показал, что уровень домашнего насилия снизился почти до нуля.

В 2013 году точно такой же эксперимент прошел в **Уганде,** где людям выплачивали по 10 долл. США. Спустя год экономическая активность и самозанятость возросли на 17% с одновременным снижением преступности. Уменьшилось даже браконьерство! [2]

Самый масштабный эксперимент по введению ББД недавно завершился в **Финляндии**. Идея принадлежит финскому правительству, а осуществляется Управлением социального страхования Финляндии. Две тысячи случайно отобранных участников в течение двух лет с января 2017 по декабрь 2018 года получали ежемесячные выплаты в размере 560 евро. Выплаты незначительно выше социальных по безработице (на 38 евро), однако они не прекращаются при трудоустройстве.

Результаты эксперимента показали, что его участники испытывали меньше стресса и финансовых проблем. Интересно также и то, что респонденты, которые получили базовый доход, больше доверяли другим людям и общественным институтам – политикам и политическим партиям, полиции и судам. В то же время эксперимент не показал влияния на готовность получателей выплат взаимодействовать со службой занятости.

Правительство изучало, как повлияют гарантирование выплаты на тех, кто не может или не желает работать, одновременно с попыткой привлечь их к низкооплачиваемой или временной работе без риска потерять льготы. Эксперимент **продемонстрировал незначительное влияние на занятость.[1]**

Поскольку вопрос введения ББД набирает популярность во всем мире, то идея эксперимента выплат населению определенной денежной суммы с последующим распространением на всю территорию страны возникнет и в **Республике Беларусь.**

Если говорить о возможности введения ББД в Беларуси, то во-первых, здесь более низкие, по сравнению с западными странами, размеры заработной платы и прожиточного минимума. По аналогии со швейцарской моделью, где ежемесячные выплаты подразумевались в размере свыше 40% от средней заработной платы по стране, в Беларуси выплаты составили бы всего около 390 рублей. Такой размер выплат покроет базовые потребности, но не обеспечит достойный уровень жизни, а свободное время, которое можно потратить на обучение, хобби, семью и так далее, привлечет мало желающих жить на такие деньги и не получать доход от работы.

Во-вторых, пока для подобных программ финансовых возможностей нет. По прогнозу Минфина дефицит бюджета в течение 2018, 2019 и 2020 годов будет только расти.[4]

В третьих, определенно, системная проблема в области социальной политики и занятости в Республике Беларусь имеет институциональную причину и системный характер. Проблема эта – массовая трудовая эмиграция. Крайне низкий уровень пособия по безработице, трудоизбыточный рынок труда, невысокий уровень организации и оплаты труда, принятый в апреле 2015 года декретом президента «налог на тунеядство» вынуждают трудоспособное экономически активное население к трудовой эмиграции, темпы которой стремительно увеличиваются. Именно это является основной проблемой, которая усугубляется демографическим кризисом, экономическим и кризисом пенсионной системы. Эту проблему применением концепции ББД не разрешить.

На территории Беларуси ББД возможно лишь в виде эксперимента, если будут найдены возможности негосударственного финансирования.

Таким образом, безусловный базовый доход – довольно интересная, но радикальная и несколько утопическая идея. Она несет в себе как плюсы, так и очевидные минусы, и должна применяться только с учетом специфики конкретного государства и его условий.

Используемая литература

1. Безработные, о счастливые: итоги финского эксперимента с базовым доходом. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ideanomics.ru/articles/17233 – Дата доступа: 15.10.2019.

2. Безусловный базовы доход: что кто такое? Юридический журнал бизнес и закон. [Электронный ресурс]. – Режим доступа**:** https://businessizakon.ru/bezuslovnyj-bazovyj-doxod-chto-eto-takoe.html – Дата доступа: 10.10.2019.

3. Безусловный доход в Швейцарии без шансов! [Электронный ресурс]. – Режим доступа**:** swissinfo.ch/rus/politics/референдум-5-июня-2016-года_безусловного-дохода-в-швейцарии-не-будет/42204568 – Дата доступа: 10.10.2019

4. Две тысячи долларов в месяц решили бы все проблемы!. Журнал «Комсомолка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.kp.by/daily/26762/3794154/) – Дата доступа: 15.10.2019.

УДК 334.716:331.108

Грінченко Р.В., к.е.н., доцент
кафедри економіки підприємства
та організації підприємницької діяльності
Колібабчук О.Б., магістрант
Одеський національний економічний університет

ОБҐРУНТУВАННЯ НЕОБХІДНОСТІ РОЗВИТКУ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Глобалізація економіки, інформатизація суспільства, прогресивний розвиток науки, техніки і технологій, зростання рівня інноваційності та наукомісткості сучасного виробництва та інші тенденції обумовлюють значення людського фактору як одного з ключових аспектів ефективності та конкурентоспроможності підприємства. На даному етапі розвитку ринок праці висуває значні вимоги до компетенції працівників при відборі на певну посаду, що зумовлює актуальність дослідження необхідності впровадження системи розвитку персоналу на підприємстві.

«Розвиток персоналу» - це багатогранне поняття, що зумовлено його приналежністю не тільки до економічної, а й ще до соціальної, психологічної та інших категорій. Тому тлумачення даного поняття розглядається в контексті трьох підходів: процесного, системного на функціонального [1, с. 324]. З огляду досліджуваних підходів, можна узагальнити, що розвиток персоналу – системно організований процес удосконалення професійних навичок, умінь, знань та досвіду за допомогою організаційно-економічних заходів, до яких належать професійне навчання, підвищення кваліфікації, перепідготовка, планування кар'єри працівника, що сприятиме ефективному функціонуванню підприємства та зростанню його конкурентоспроможності.

Метою розвитку персоналу є забезпечення підприємства працівниками, які мають такі якісні характеристики, що відповідають цілям та стратегії підприємства. Зазначена мета обумовлює наступні завдання щодо розвитку персоналу на підприємстві [2, с. 32]:

- виявлення і підтримка здатних до навчання працівників;
- удосконалення знань і поширення передового досвіду;
- активізація потенційних можливостей співробітників, зміцнення духу творчості та змагання;
- робота зі створення резерву керівників;
- створення системи службово-кваліфікаційного розвитку та

планування трудової кар'єри;

• сприяння впровадженню працівниками нововведень тощо.

Розвиток персоналу забезпечується заходами, які також є складовими процесу розвитку персоналу, до них належать професійне навчання та виробнича адаптація персоналу, оцінювання, атестація персоналу, планування трудової кар'єри працівників, тобто професійно-кваліфікаційне просування робітників та фахівців, формування резерву керівників та службово-професійне просування керівників [3, с. 419].

Функціонування ефективної системи розвитку персоналу на підприємстві забезпечує ряд переваг, серед них зміцнення відданості співробітників цілям підприємства, набуття персоналом нових знань і професійних навичок, розкриття та ефективне використання потенціалу працівників, що проявляється в найбільш повному використанню їхніх навичок, знань, схильностей та можливостей тощо. Крім цих переваг дієвий розвиток персоналу сприяє формуванню більш ефективних механізмів управління персоналом в довгостроковому аспекті, зростанню співробітництва та підтримки в команді, більш швидкій і гнучкій реакції на зовнішні зміни, полегшенню впровадження інноваційних змін. Розвиток персоналу забезпечує зростання загального інтелектуального рівня працівника, розширює його ерудицію та коло спілкування, результатом чого стає покращення морально-психологічного клімату у структурних підрозділах та відділах підприємства, підвищується мотивація працівників, їх відданість цілям та стратегії підприємства, забезпечується наступність в управлінні, а також знижується рівень плинності кадрів.

Отже, необхідність швидкого пристосування до мінливих ринкових умов посилює потребу у більш високому рівні загальної та професійної освіти, безперервному навчанні працівників, розвитку в них здатності до творчості та удосконалення професійних навичок тощо. Тобто система розвитку персоналу є однією з головних конкурентних переваг підприємства та провідним чинником інноваційного розвитку, що обумовлює необхідність її впровадження на підприємстві.

Список використаних джерел

1. Плугіна Ю. А. Розвиток персоналу підприємства: підходи, сутність, моделі. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2014. № 42. С. 323–327.

2. Збрицька Т. П., Савченко Г. О., Татаревська М. С. Управління розвитком персоналу: навч. посіб. Одеса: Атлант, 2013. 427 с.

3. Жиленко А. Ю., Бикова А. Л. Особливості управління розвитком персоналу на підприємстві. *Молодий вчений*. 2018. № 11. С. 418-421.

УДК 005.3:334

Демчук Н.І., д.е.н.,професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Петренко Т.С. студентка факультету обліку і фінансів
Дніпровського державного аграрно-економічного університету

СУЧАСНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЬ: ІНФОРМАЦІЙНІ СИСТЕМИ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ УПРАЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ

Управління підприємницькою діяльність є досить складним та динамічним процесом, що здійснюється та регулюється людьми для досягнення певної мети. При цьому використовують методи управління, що являють собою способи впливу на працівників, керуючих підрозділами, трудових колективів та діяльність підприємства в цілому.

Місія методів управління полягає в тому, аби створити умови чіткої організації процесу управління, модернізації підприємства, передових методів організації праці та виробництва та забезпечити їх максимальну продуктивність та ефективність при досягненні поставленої мети. Спрямованість методів управління одна і та ж – вона спрямована на людей, що здійснюють різні види трудової діяльності- на персонал підприємств (організацій, компаній тощо).

Як відомо з наукової літератури , методи управління поділяються на економічні, соціально- психологічні, організаційні. Поряд з цими методами існує низка інформаційних систем, котрі допомагають та полегшують управлінцям здійснювати свою діяльність: керувати підрозділами, трудовими колективами, вести облік доходів та витрат на підприємстві, розраховувати собівартість проектів. Нижче наведено перелік систем, якими користуються українські підприємці.

Продукт «BAS комплексне управління підприємством» являє собою комплексне рішення, яке охоплює основні аспекти управління і обліку, котрі допомагають в організації єдиної інформаційної системи для управління різними аспектами діяльності підприємств малого та середнього бізнесу.

Програма має більше 10 напрямів (управління фінансами, бюджетування, моніторинг та аналіз показників діяльності підприємства, регламентований облік, управління персоналом та розрахунок заробітної плати, управління виробництвом, управління

витратами та розрахунок собівартості, управління продажами, управління взаємовідносинами з клієнтами, управління покупками, управління складом та запасами, технологічні переваги), які в сукупності представляють систему, яка є помічником в управління підприємством.

В програмі розроблена функція, яка допомагає контролювати виконання платежів по заявкам. Також додано етап реєстрації звітів від банків щодо зарахування платежів, списання повернень, утримання комісії, що дозволяє відстежити кожну операцію від моменту проведення платежу до надходження на банківський рахунок. Використовується моніторинг цільових показників с розшифрування вихідних даних, розширений аналіз фінансових результатів за напрямами діяльності та створення різних варіантів показників с можливістю порівняння. Продукт містить весь необхідний інструментарій для автоматизації бухгалтерського та податкового обліку, включаючи обов'язкову звітність в організації.

Також система призначена для організації роботи служби підприємства, котрі зайняті управлінням людськими ресурсами. Для рішення задач в даній сфері система передбачає наступні можливості: робота з персональними даними працівників, з договорами підряду, розрахунок утримань із заробітної плати, організація роботи із штатним графіком, використання показників ефективності діяльності підприємства та безпосередньо працівника при розрахунку матеріальної нагороди тощо. Програма дозволяє раціонально організувати контроль доходів і витрат на виробничу, управлінську та комерційну діяльність підприємства.

Також існує сервіс управління бізнес- проектами, який називається Worksection. Цією програмою користуються понад 1300 компаній з 16 країн світу. Вона дає змогу планувати проекти, вести контроль строків та задач, розраховувати час працівників та бачити, на що він витрачається, використовувати часові ставки, вести облік виконаної роботи, розраховувати собівартість проектів, а також сервіс є доступним для мобільних телефонів.

«Управління сільськогосподарським підприємством для України» - є комплексним інструментом для управління та обліку на аграрних підприємствах.

В його функції входить: планування сільськогосподарської діяльності в рослинництві, облік ремонтних робіт та послуг, роботи автотранспорту, виробничий облік молочного та м'ясного тваринництва, формувати данні для стратегічного прогнозування та оцінку стану системи управління, застосовувати прогресивні системи

нарахування заробітної плати та матеріального стимулювання персоналу. Програма дозволяє ефективно вести підприємницьку діяльність всіх підрозділів з мінімальними затратами підприємства.

Система «ІН-АГРО» є доповненням до вище наведеного продукту. Вона створена на базі «1С: Підприємство 8» та дозволяє організувати єдину інформаційну систему для управління підприємством, а також для планування виробництва, оперативного контролю виконання робіт і стану активів, матеріальних та фінансових ресурсів, аналізу результатів діяльності підприємства.

На сучасному етапі HR- менеджери мають на меті знайти потенціального працівника та забезпечити теплий клімат в трудовому колективі. Головним результатом успішного HR- менеджера є задоволення цілей бізнесу та працівників. Тому головна мета менеджера з персоналу (HR-менеджера) полягає в тому, щоб допомогти власникам та менеджменту компанії за допомогою співробітників досягти головних цілей компанії. Причому зробити це так гармонійно, щоб не тільки керівники, але і всі співробітники компанії були щасливі.

Спеціалісти міжнародного об'єднання Deloitte University Press, котрі працюють в сфері управління персоналом в 2019 опублікували в своєму звіті, результати дослідження світових тенденцій в області управління людськими ресурсами, які були отримані шляхом опитування більше 7000 тисяч респондентів із 130 країн світу.

Отже, за результатами можна сказати, що на сьогодні пріоритетом в компаніях є командна робота, а не ієрархія, як раніше. Поява лідера в команді, який зможе управляти великими проектами, вести за собою команду та допомагати в роботі. Лідером може стати кожна людина не залежно від її статті, віку, посаду чи освіти. Близько 82 % опитаних відповіли, що корпоративна культура є важливих та конкурентних преваг компанії.

Спеціалісти рекомендують керівникам використовувати всі можливості та інструменти, щоб надихати працівників і впроваджувати більш ефективну стратегію управління засновану на культурних цінностях. Також є компанії що впровадили та використовують в своїй діяльності цифрові технології. Такі компанії швидко розвиваються та стають прикладом для інших. Створення центру корпоративної освіти в компанії сприятиме підвищенню кваліфікації працівника. В області HR-менеджменту відбулися позитивні зміни: нове розуміння про успіх, мету, результати підприємницької діяльності, використання інноваційних рішень для підвищення ефективності праці.

До речі, на сьогодні, в нашому розпорядженні є багато книг, які присвячені менеджменту, маркетингу, саморозвитку, мотивації тощо. В

цих книгах є всі відповіді на запитання керівників, котрі прагнуть досягти успіху, ефективності та результатів у своїй роботі.

XXI століття- це століття бурхливого розвитку науки, техніки та високих технологій. Формується сучасне інформаційне суспільство, якому властиві риси глибоких знань, високої динаміки розвитку, передового виробництва, усебічного розвитку особистості.

Управління підприємствами України в XXI столітті створює ряд протиріч між прагненням керівництва управляти розвитком підприємства на основі планомірної діяльності і неповною творчістю в діяльності співробітників; прагненням до стійкості розвитку підприємства як системи і його мінливістю; цілісністю підприємства і свободою його підрозділів; централізацією управління; науковим підходом і мистецтвом у підготовці і прийняті рішень

Управління підприємством – це тяжка безкінечна праця, котра вимагає постійного розвитку, впровадження інноваційних новинок, комп'ютерних програм, а також уміння приділити увагу персоналу: проведення тренінгів, навчання, залучення корпоративної культури, тощо. Всі вище наведені фактори в сукупності дають змогу компанії бути успішною та прибутковою, що стане причиною залучення іноземних чи вітчизняних інвесторів та виходу компанії на світовий ринок.

Список літератури

1. Балабанова Л.Б. – К.: ЦУЛ, 2011. – 468 с. 6.Петюх В. М. Управління персоналом: [навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц.] / В.М. Петюх. – К.: КНЕУ, 2000. – 124 с.

2. Дослідження Global Human Capital Trends 2019 : https://robo-hunter.com/uploads/files/56f81a3e9eee8.pdf

3. Іванілов О. С. Економіка підприємства: підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. С. Іванілов — К.: Центр учбової літератури, 2009. — 728с.

4. 1.Національна бібліотека України імені В.І.Вернадського [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua

УДК 658

Денисюк О.Г., к.е.н., доц.,
проректор з науково-педагогічної
роботи та молодіжної політики
Державний університет «Житомирська політехніка»

ВАРТІСТЬ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Вартість постає економічною категорією, що утворює концептуальну базу управління підприємством та уособлює собою соціально-економічну вагомість потенціалу підприємства. Цей показник, на разі, потребують як самі суб'єкти господарювання, так і кредитори, інвестори, страхові компанії, державні органи тощо.

Англійський економіст Дж. Ст. Міль стверджував, що «предмет, до розгляду якого ми тепер збираємось приступити (тобто вартість), займає настільки важливе і помітне місце в політичній економіці, що в уяві деяких вчених його межі зливаються з межами самої науки».

Саме вартість є основою концепції управління підприємством, що акумулює у собі соціальну та економічну значимість як активів підприємства, так і інших об'єктів власності, стратегію, цілі та результати діяльності підприємства й використання його потенціалу.

Як економічна категорія, вартість поєднує у собі показники, що відображають зовнішнє оточення підприємства та внутрішню ситуацію. Результати діагностики вартості підприємства є актуальними при визначенні обсягів та стану потенціалу підприємства або ж в сукупності виробничих, фінансових, трудових, ринкових, інтелектуальних, інформаційних можливостей, що забезпечують створення підприємством конкурентних переваг та визначають перспективи його сталого розвитку.

Практика управління вартістю вітчизняних підприємств знаходиться в занепаді, оскільки їй приділяється незначна увага. Вітчизняні менеджери зосереджують свою увагу на питаннях завантаження виробничих потужностей, збуту продукції, ефективного формування та використання грошових потоків тощо. Вартість підприємств відходить на задні плани. Економічні проблеми та відповідна політика призводять до того, що вітчизняним підприємствам характерна низька інвестиційна привабливість. Інша практика за кордоном. Основними користувачами інформації щодо капіталізації підприємств є власники, управлінці, кредитори, інвестори, страхові компанії, державні органи тощо.

Підкреслимо, що система управління вартістю підприємства формується під впливом певних факторів, що прямо чи опосередковано впливають безпосередньо на вартість. Їх визначення та аналіз є необхідною складовою у забезпеченні ефективності діяльності підприємства, а при побудові системи управління вартістю підприємства – стає одним із ключових завдань, тому що ідентифікація чинників, що різною мірою впливають на вартість, визначення сили і пріоритетності їх впливу, дає можливість систематизувати завдання щодо управління даними факторами та, в майбутньому, досягти головної мети – максимізації вартості підприємства.

Захаркін О.О. стверджує, що фактором можна вважати будь-який параметр, який прямо чи опосередковано впливає на формування величини вартості. На думку науковця, для кожного підприємства таких факторів може бути безліч, тому для успішного управління вартістю потрібно не лише їх ідентифікувати, а й встановити їх пріоритетність, тобто силу впливу на цільовий показник вартості. Це необхідно зробити для того, щоб зосередити увагу на управлінні найбільш значущими факторами.

Фактори вартості підприємства представляють собою деяку змінну, від якої залежать результати господарювання, є випереджаючими індикаторами. Фактори вартості можуть бути як кількісними, так і якісними, як матеріальними, так і нематеріальними. Фактори вартості в обов'язковому порядку мають впливати на створення та нарощення вартості на всіх рівнях та сферах діяльності підприємства; враховувати як фінансові, так і операційні індикатори; мати вплив на потенціал господарювання підприємства, тобто включати як поточну діяльність підприємства, так і стратегічні орієнтири.

Балацький О.Ф. вважав, що основними факторами, що впливають на оцінку вартості підприємства є час та ризик. Так, ринкова економіка характеризується динамізмом, саме тому вартість підприємства як джерела доходів та витрат змінюється в часі під впливом багатьох факторів. Тому й оцінена вартість є актуальною лише на певний момент часу.

Отже, відзначимо, що сьогодні недостатньо уваги приділяється питанню як теоретичного, так, особливо, практичного вивчення вартості підприємства. Професор Л.В. Фролова зазначає про специфіку українських менеджерів, які більше турбуються питаннями виробництва та вірного спрямування грошових потоків, а не ринковою вартістю очолюваних ними підприємств. Наслідком цього є низька капіталізація та інвестиційна привабливість вітчизняних підприємств.

УДК 330.34

Джеджула В. В., д.е.н., професор, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту
Єпіфанова І. Ю., к.е.н., доцент, доцент кафедри фінансів та інноваційного менеджменту
Вінницький національний технічний університет

ВЕНЧУРНИЙ КАПІТАЛ В ІННОВАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Розвиток венчурного фінансування як самостійного підприємництва спостерігається з кінця 50-х років у США, а різноманітність його форм – у 60–80-х роках XX ст. Саме венчурний бізнес у США забезпечує фінансуванням до 50 % всіх нововведень і венчурні фонди у США орієнтуються саме на фінансування нових інноваційних об'єктів [1].

Існують різні підходи щодо визначення сутності венчурного капіталу. Європейська асоціація прямих приватних інвестицій і венчурного капіталу [2] визначає венчурний капітал як кошти професійних учасників ринку, що інвестуються спільно з підприємницькими коштами для фінансування початкових стадій (посівної і стартової) або на етапі розвитку. Компенсацією високого рівня ризику, прийнятого на себе інвестором, є очікування підвищеної норми винагороди на інвестиції, що здійснюються.

У роботах західних вчених в більшості джерел венчурним капіталом вважають інвестиції в новостворювані підприємства, які не мають належного фінансового забезпечення. На думку А. Д. Сілвера венчурний капітал – це інвестиції, що здійснюються на ранніх стадіях розвитку підприємств. Метою створення фондів венчурного капіталу є пошук економічно привабливих заходів, які не мають належного фінансового забезпечення, реалізація яких може принести значний прибуток [3].

Отже, венчурний капітал – це ресурси, інвестовані в підприємства, які займаються інноваційною діяльністю та, зазвичай, не мають доступу до традиційних джерел капіталу [5]. При цьому венчурний капітал передбачає використання як матеріальних ресурсів, так і, в першу чергу, інтелектуальних, адже без належного інтелектуального забезпечення не може йти мова про інновації та інноваційну діяльність. Тобто венчурний капітал за суттю є поєднанням фінансових та інтелектуальних ресурсів, яке надає можливість, незважаючи на

високий рівень ризику у випадку ефективної реалізації інноваційної діяльності, отримувати високий рівень прибутку [6].

Особливістю венчурного інвестування, яка відрізняє його від інших стратегічних інвесторів, є те, що венчурний фонд не прагне здобути контрольний пакет акцій компанії, а отже не прагне контролювати компанію, що потрапила в коло його інтересів.

Оскільки більшість венчурних інвестицій є неліквідними та мають великий термін окупності, венчурні інвестори завжди здійснюють детальну аудиторську перевірку бізнес-плану ще до початку інвестування. Керівники венчурних фірм уважно стежать за науковими дослідженнями, відшукуючи перспективні ідеї, котрі доцільно фінансувати.

На практиці венчурні інвестори рідко вкладають кошти на стадії розробки інноваційної ідеї через дуже високий рівень ризику. В більшості випадків венчурний інвестор безпосередньо долучається до проекту, коли вже складено бізнес-план та створено експериментальний зразок. Співпраця з венчурним інвестором здебільшого починається через посередників – бізнесменів, адвокатів або бухгалтерів, однак іноді і напряму – на венчурних ярмарках чи аналогічних подіях.

Основна частка венчурного капіталу (понад 40 %) спрямована в IT-сферу. Саме з ідеї, профінансованої венчурним капіталом, утворились такі гіганти комп'ютерного й інформаційного бізнесу, як Apple Computers, Google, Intel, Microsoft, Sun Microsystems, Yahoo [7, с. 113]. Крім того, значно зросло венчурне фінансування фармацевтичної галузі та біотехнології. Венчурне фінансування цих галузей зросло з 12,2 млрд дол. США в 2016 р. до понад 16 млрд дол. США в 2017 р. [8].

Венчурні фонди об'єднані в національні та континентальні асоціації. В Європі венчурні фонди об'єднані європейською асоціацією венчурних фондів EVCA – European Venture Capital Association. Найбільшою асоціацією венчурних фондів США є NVCA – National Venture Capital Association, яка об'єднує в своєму складі близько 400 фондів. В Україні венчурні фонди входять до національної асоціації венчурних фондів UVCA – Ukrainian Venture Capital Association. Європейські венчурні фонди вкладають кошти не в початковий, а в досить розвинений бізнес, крім того відсутній розподіл на класичні інвестиційні фонди й фонди прямих інвестицій.

Найбільш поширеною формою венчурного інвестування в Україні є надання інвестиційного кредиту, що привело науковців до висновку, щодо основної мети створення венчурних фондів в Україні: не фінансування розвитку підприємств, а реалізація різноманітних схем управління власністю й використання податкових пільг, якими

користується фонд (інвестиційні фонди звільняються від сплати податку на прибуток) [9].

На сьогодні в Україні частка венчурних фондів в загальній кількості Інститутів спільного інвестування складає домінуючу частку порівняно з іншими складовими. Так, станом на кінець 2018 р. питома вага венчурних фондів в загальній кількості інститутів спільного інвестування складала 89,82 %, а впродовж 2010–2017 рр. перевищувала 75 % [10].

Отже, венчурний капітал створює можливості пожвавлення інноваційної діяльності. Більше того, на сьогодні є доцільним використання венчурного фінансування не лише в сфері малого підприємництва, проте й середніх та великих підприємств. З цією метою необхідним є налагодження тісних зв'язків в сфері наукового співробітництва між підприємствами та вищими навчальними закладами, залучення венчурних інвесторів.

Пожвавлення зростання обсягів венчурного капіталу може бути ініційоване і зі сторони держави, в першу чергу шляхом більш надійного гарантування та створення сприятливих умов для венчурних інвесторів.

В Україні спостерігається зростання обсягів венчурного фінансування. З рис. 1 видно, що венчурні компанії і в Україні неохоче інвестують початкові стадії інноваційної діяльності.

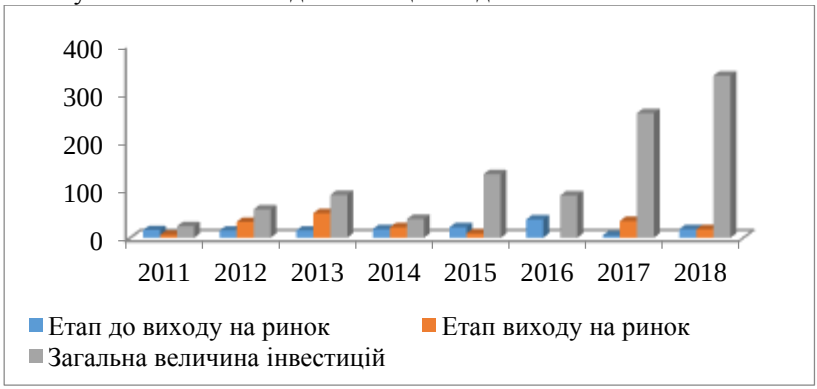


Рис. 1. Динаміка інвестицій венчурних фондів в Україні, млн дол. (складено за даними [11])

Обсяг залучених інвестицій в Україну зі сторони венчурних фондів продовжує зростати, незважаючи на певну політичну нестабільність. Переважна більшість фінансування венчурними фондами припадає на ІТ-галузь, про що свідчать і ТОП-10 угод, укладених венчурними

фірмами в 2018 р. Географічно усі кошти зосереджено в декількох містах: Києві, Львові, Одесі, Харкові та Дніпрі.

Отже, промисловим підприємствам варто більше уваги звертати на таке джерело як венчурне фінансування. За рахунок таких інвестицій можна фінансувати нові розробки, а також підвищувати рівень технологічності та автоматизації в галузі.

Список використаної літератури:

1. Коюда П. М., Шейко І. А. Ефективність інноваційної діяльності підприємств: теорія та практика : монографія. Х. :ХНУРЕ, 2013. 337 с.

2. European private equity & venture capital association. URL: http://www.evca.com (дата звернення 26.09.2019).

3. Silwer A. D. Venture capital. The Complete Guide for Investors. New York : John Wiley and Sons, 1985. 259 p.

4. *Редіна Н. І.,* Пікуліна Н. Ю. *Венчурний капітал у ринковій економіці.*Дніпро: Дніпропетровська держ. фінансова академія, 2005. 124 с.

5. Єпіфанова І. Ю. Венчурний капітал в системі фінансового забезпечення інноваційної діяльності / І. Ю. Єпіфанова *// Науковий вісник Ужгородського університету*. 2013. Вип. 2. Ч. 1. С. 92–96.

6. Єпіфанова І. Ю. Управління інноваційною діяльністю промислових підприємств: теоретико-методологічні аспекти фінансового забезпечення : монографія. Вінниця : ВНТУ, 2019. 384 с.

7. Поляк М. М. Сучасний стан та перспективи розвитку венчурного інвестування в Україні. *Держава та регіони*. 2013. № 5. С. 113–116.

8. Venture Pulse: Global Analysis of Venture Funding. KPMG International. URL: https://home.kpmg. com/xx/ en/home/insights.html. (дата звернення 26.09.2019).

9. Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю. Перспективи використання сучасних форм фінансового забезпечення інноваційної діяльності вітчизняних підприємств. *Управління інноваційною, інвестиційною та економічною діяльністю інтегрованих об'єднань та підприємств : колективна монографія*. Дніпропетровськ : Пороги, 2016. С. 178–185.

10. Офіційний сайт УАІБ. URL: http://www.uaib.com.ua. (дата звернення 26.09.2019).

11. Ukrainian Venture Capital and Private Equity Overview 2018 URL: https://inventure.com.ua. (дата звернення 26.09.2019).

УДК 338.2

Джусь М. В., магістрант, гр. ЗПВ-18м, ФБСО
Науковий керівник: Орлова К. Є., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ПЛАНУВАННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Планування господарської діяльності підприємства та її результатів є важливою функцією управління, яка знаходиться у взаємозв'язку та взаємодії з іншими функціями менеджменту: організацією, координуванням, контролем, регулюванням, стимулюванням та аналізом. Планування виступає центральною ланкою всієї системи господарського механізму управління і регулювання виробництва.

Головним результатом господарської діяльності будь-якого підприємства є прибуток. Планування прибутку необхідно для того, щоб власники підприємства мали можливість приймати рішення стосовно дивідендної та інвестиційної політики; для ефективного розподілу коштів і направленню їх на оновлення виробничих засобів; для виявлення внутрішньогосподарських резервів виробництва, раціонального використання всіх наявних ресурсів підприємства [2].

Планування результатів господарської діяльності в умовах стабільної економіки здійснюється на період від 3 до 5 років. Якщо політична та економічна ситуація є нестабільною, планування здійснюється на короткостроковий період – квартал, півріччя.

Ефективність та достовірність побудованих планів істотно залежать від методів, що використовуються. При плануванні прибутку застосовують три основних методи [1; 3]:

1. Метод прямого розрахунку є доволі поширеним на вітчизняних підприємствах. Застосовується зазвичай при незначному асортименті продукції, а також при створенні чи розширенні діючого підприємства, або при реалізації інвестиційного проекту. Даний метод передбачає наступні етапи:

– маркетинг: вивчається платоспроможний попит, аналізуються можливості виробництва та планується об'єм продажу;

– виробниче планування: проводиться аналіз залишків готової продукції на складі на початок періоду, визначається виробнича програма та плануються залишки готової продукції на кінець періоду;

– планування собівартості: виявляється потреба в матеріалах, плануються витрати на оплату праці, складається кошторис виробничих витрат, формується виробнича собівартість продукції, що реалізується,

на початок та на кінець запланованого періоду;

– планування прибутку від реалізації: складається кошторис адміністративних витрат, складаються кошториси комерційних витрат та формується план по прибутку від реалізації;

– проектування прибутку до оподаткування: складається кошторис операційних доходів та витрат, кошторис позареалізаційних доходів та витрат та формується проект прибутку до оподаткування [1; 3; 4].

2. Аналітичний метод планування прибутку зазвичай використовується в доповнення прямого методу, для того щоб його перевірити та проконтролювати. Визначення прибутку за цим методом відбувається за наступними етапами (рис. 1).

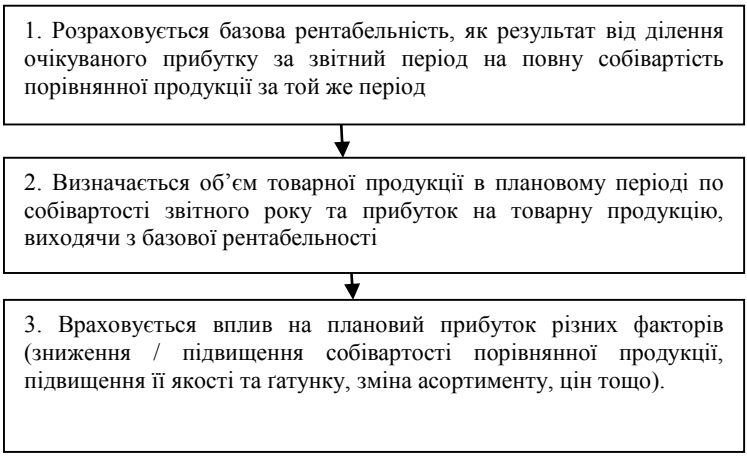


Рис. 1. Етапи реалізації аналітичного методу планування прибутку [1]

Перевагою цього методу є те, що він дає можливість визначити вплив окремих факторів на плановий прибуток.

3. Метод планування на основі аналізу точки беззбитковості (CVP-метод). Передбачає використання тієї ж інформації, що і при методі прямого рахунку. При використанні даного методу першим кроком обчислюється точка беззбитковості, а потім визначається маржинальний прибуток (сума прибутку та постійних витрат). Даний метод надає можливості гнучкого коригування планів [2].

Отже, планування прибутку та інших результатів господарської діяльності підприємства є важливою складовою управлінського процесу та формує інформаційно-аналітичний базис для управління

діяльністю підприємства. Здійснення планування результатів господарської діяльності підприємства, а також визначення орієнтовних розмірів прибутку важливе як для самого підприємства, так і для акціонерів, інвесторів, постачальників, кредиторів, банків, що пов'язані з діяльністю даного підприємства. Отже, планування результатів господарської діяльності підприємства в сучасних ринкових умовах – важливий фактор успішної діяльності підприємства.

Список літератури:

1. Гринчуцький В. І., Карапетян Е. Т., Погріщук Б. В. Економіка підприємства: навч. посібник. К.: Центр учбової літератури, 2010. 304 с.

2. Корбутяк А. Г., Сокровольська Н. Я. Особливості планування рівня рентабельності вітчизняних підприємств у сучасних умовах // Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2017. Вип. 16, ч. 1. С. 153-157.

3. Непочатенко О. О. Фінанси підприємств: навч. посібник. Київ: Центр навчальної літератури, 2013. 504 с.

4. Сагайдак-Нікітюк Р. В. Управління господарською діяльністю підприємства: навч. посіб. Харків : Зебра, 2015. 256 с.

УДК 347.77:37:005

Ермакова Э.Э., ст. преподаватель
каф. управления, экономики и финансов
Кондратюк А.Э., студентка
Брестский государственный технический университет

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВУЗОВ

Высшее образование имеет определяющее значение для успешного развития любой страны. Известно, что лидерами в построении инновационного общества становятся страны, имеющие лучшие по мировым меркам исследовательские университеты. Такие университеты являются национальными центрами по производству новых научных знаний и подготовке специалистов, способных эти знания получать, использовать, распространять и превращать в инновационную продукцию.

Уровень конкурентоспособности вуза в настоящее время определяется не только возможностью удовлетворять потребность общества в подготовке специалистов, но и в способности создавать и использовать интеллектуальную собственность, востребованную

национальным и мировым рынками.

Участие в инновационной деятельности выводит вуз на качественно новый уровень и придает ему особый статус хозяйствующего субъекта: крупного производителя коммерциализуемых знаний, серьезного партнера и конкурента на рынке наукоемкой продукции [1].

В высших учебных заведениях Беларуси наука является одной из основных составляющих, деятельность по подготовке специалистов здесь тесно связана с фундаментальными и прикладными исследованиями. Общепризнано, что белорусская наука обладает значительным потенциалом. В вузах республики сосредоточен значительный кадровый и научно-технический потенциал, патентная активность находится на высоком уровне, имеется огромное количество научных разработок. Потенциал многих разработок по своим возможностям не уступает зарубежному уровню, а в некоторых университетах имеются уникальные разработки и технологии, имеющие высокий технический и коммерческий уровень.

Роль вузов в современных условиях становится всё более значимой в инновационном развитии экономики. Функции вуза заключаются не только в предоставлении образовательных услуг, подготовке квалифицированных специалистов, получении новых знаний в результате исследований, но и коммерциализации полученных результатов, сотрудничестве с предприятиями, создании собственных малых предприятий на базе научных разработок.

Для обеспечения новых функций, учреждению образования необходимо осуществлять эффективное управление правами на результаты интеллектуальной деятельности. Особое значение при этом приобретают вопросы охраны, защиты и использования объектов интеллектуальной собственности.

Система управления интеллектуальной собственностью (ИС) в научной организации включает в себя полный цикл инновационного процесса – от идеи создания разработки до её промышленного освоения и реализации на рынке, и, следовательно, существует необходимость управлять интеллектуальной собственностью на всех стадиях: создания ОИС, их правовой охраны, введения в гражданский оборот и защиты [2].

Целью управления ИС в вузе является развитие интеллектуального потенциала и повышение научного статуса учебного заведения. К основным задачам при этом можно отнести: активизацию изобретательской деятельности в вузе путём стимулирования научных коллективов; формирование инфраструктуры управления ИС; развитие

организационной культуры в сфере ИС; правовое обеспечение охраны объектов интеллектуальной собственности; создание и развитие малых инновационных предприятий; поиск потенциальных партнёров и инвесторов; экономический анализ использования ОИС; сближение науки и производства путём установления связей с промышленностью, изучения потребностей промышленных предприятий; поиск информации о проводимых НИОКР в вузах, НИИ и инновационных предприятиях; развитие межрегиональных и международных связей в области научно-технического сотрудничества; повышение степени коммерциализации научных разработок.

Таким образом, управление интеллектуальной собственностью в вузе не должно ограничиваться только лишь увеличением числа заявок на изобретения. Управление ИС – это деятельность, направленная на реализацию инновационной стратегии вуза, результатом которой является эффективное взаимодействие всех её участников. Система управления ИС включает в себя совокупность целенаправленных действий, направленных на решение проблем в связи с созданием, коммерциализацией объектов интеллектуальной собственности с целью извлечения прибыли.

Важнейшим приоритетом корпоративной политики в сфере ИС должно быть соблюдение экономических интересов всех участников процесса создания, правовой охраны коммерциализации и последующего использования объектов ИС [3].

Объектами ИС вуза являются результаты учебной, научной и технической деятельности. В составе объектов интеллектуальной собственности можно выделить следующие виды: результаты интеллектуальной деятельности, представляющие собой отношения в области авторского права, которые включают в себя учебники, методические пособия, публикации, программы для ЭВМ, базы данных; результаты интеллектуальной деятельности, представляющие собой объекты промышленной собственности (изобретения, полезные модели, промышленные образцы, селекционные достижения, ноу-хау); средства индивидуализации вуза (фирменное наименование, бренд).

Объекты ИС, созданные в высших учебных заведениях, могут использовать как для внутреннего использования в учебном процессе, научных исследованиях, при производстве продукции, так и на рынке интеллектуальной собственности, являясь базой для развития промышленности.

Основными **субъектами** рыночных отношений, участвующими в процессе коммерциализации интеллектуальной собственности, созданной в рамках интеллектуальной деятельности вузов, являются:

непосредственно вуз, которые является создателем объектов интеллектуальной собственности (авторы, исследователи); предприятия, которые могут быть заказчиками и инвесторами научных разработок, участвуя таким образом в фазе создания ИС или предприятия-потребители результатов интеллектуальной деятельности; государство, которое может выступать в качестве заказчика на научно-исследовательские и опытно-конструкторские разработки и в качестве контролирующего органа, регулирующего отношения в сфере интеллектуальной собственности.

Из этого следует, что учебное заведение взаимодействует с двумя субъектами рынка – заказчиком НИОКР или покупателем ОИС и государством. Все участники рыночных отношений должны быть заинтересованы в дальнейшем развитии интеллектуальной деятельности вуза. Одним из необходимых условий эффективного взаимодействия этих субъектов между собой является наличие активно действующей инновационной **инфраструктуры**, способствующей расширению связей вуза с промышленностью, позволяющей вузу участвовать в коммерциализации ОИС и продвижении на рынок научно-технических продуктов.

Взаимодействие элементов инновационной инфраструктуры вуза происходит следующим образом: учёные и исследователи формируют предложение в виде новых разработок; предприятия, приобретая у университета лицензию на ОИС, одновременно формируют заказ на будущие разработки; государство является регулятором рынка интеллектуальной собственности.

В вузах Республики Беларусь создана научная и образовательная база, способная обеспечить весь инновационный цикл – от идеи до создания конечного продукта, основанием для этого является накопленный интеллектуальный потенциал, включающий в себя кадровую и научно-техническую составляющие. В настоящее время в высших учебных заведениях Беларуси ведётся комплексная работа по созданию инновационной инфраструктуры, включающей в себя специализированные подразделения, позволяющие вузам являться активными участниками рынка интеллектуальной собственности – центры интеллектуальной собственности, центры трансфера технологий, патентно-лицензионные службы.

Именно эти подразделения призваны для обеспечения и оптимизации научного процесса и создания соответствующих условий и управленческих механизмов для доведения результатов вузовских научных исследований и разработок до коммерческого применения.

Таким образом, современный вуз – это источник фундаментальных

знаний, которые лежат в основе новой продукции, новых технологических процессов и определяют экономическую конкурентоспособность на региональном и национальном уровне. Однако, следует помнить, что внедрение объектов интеллектуальной собственности в промышленность может быть успешным только в условиях готовности промышленных предприятий к инновационной активности и их заинтересованности в использовании научно-технических разработок вузов. Особое внимание в связи с этим, занимает партнёрство всех участников рынка интеллектуальной собственности – всех субъектов, осуществляющих интеллектуальную деятельность и регулирующих её.

Используемая литература

1. Пиличев, В.В. Совершенствование инновационной деятельности в высших учебных заведениях: монография / В.В. Пиличев, И.В. Котляревская. Екатеринбург: УГТУ-УПИ, 2007 170 с.

2. Нечепуренко, Ю.В. Управление интеллектуальной собственностью в научно-образовательной сфере / Ю.В. Нечепуренко. – Минск: БГУ, 2009. – 239 с.

3. Асаул, А.Н. Модернизация экономики на основе технологических инноваций / А. Н. Асаул [и др.]. - СПб: АНО ИПЭВ, 2008. - 606 с.

УДК 658.81

Єргієва І.Д., студентка
Науковий керівник:Літвінов О.С., к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ СИСТЕМИ ЗБУТУ

Система збуту товарів – головна ланка діяльності або фінішний етап по створенню, виробництву і доведенню товарів до споживача у комерційних підприємствах. Саме на даному етапі кожний споживач визнає або не визнає всю працю підприємства корисною та потрібною для себе.

У широкому плані збут розуміється, як процес організації таких дій як: транспортування, складання, підтримки запасів, доробки, просування на роздрібних та оптових ринках, передпродажної підготовки, упакуванні та реалізації товарів. Збут товару включає в себе такі операції: розробку прогнозів ринкової кон'юнктури і прогнозів реалізації продукції, розрахунок і обґрунтування фінансового

кошторису збуту, проектування і апробацію норм збуту, вибір альтернативних каналів розподілу продукції, створення торговельних комунікацій, розробку форм збутової звітності, моделювання процесів продажу і кінцевих результатів збутових операцій. Збутова діяльність – це все те, що забезпечує максимальну вигідність торговельної угоди для кожного з партнерів при першочерговому врахуванні інтересів і вимог проміжного або кінцевого споживача.

Основною метою збуту є доведення кінцевого товару до споживача. Прагнення кожного підприємства зосереджене на задоволенні потреб споживачів, вивчивши їх потреби, установивши доцільну ціну, розробивши й випустивши необхідний товар, при чому звівши витрат на збут до мінімуму.

Оскільки кожний виробник бажає затвердитися на ринку та зайняти ключови позиції на тому ж самому ринку, система збуту має виконувати такі завдання:

1. Виявлення або уточнення смаків запитів споживачів;
2. Пристосування збутової мережі до запитів закордонних споживачів;
3. Дороблення товару, його підготовка до продажу.

Основна функція збуту – це доведення товару виробника до кінцевого споживача за умови мінімізації витрат на збут після змістового аналізу бажань та потреб споживачів, ринку пропозицій та переваг конкурентів.

Збут продукції будь-якої компанії здійснюється через систему розподілу, ефективність якої гарантує успіх бізнесу. Канал розподілу – шлях , який застосовується для переміщення товару від виробника до споживача.

Стратегічні завдання пов’язані з формуванням та організацією каналів збуту:

1. прогнозування перспективних каналів збуту;
2. вибір прямого чи опосередкованого каналу збуту;
3. вибір оптимальних каналів збуту, маршрутів збуту, розміщення складів.

Тактичні завдання розподілу включають:

1. роботу з наявними клієнтами та залучення нових;
2. пошук і відбір комерційних пропозицій на поставку товару;
3. організацію виконання замовлень і поставку товарів (визначення маршрутів збуту, перевірку наявності товарних запасів, заходи стимулювання збуту тощо).

Основним завдання виробника в області товароруху є вибір оптимального числа учасників каналу, при якому можна мінімізувати

витрати обігу. Використання посередницьких ланок вигідно самим виробникам, оскільки забезпечує скорочення числа зв'язків і контактів, які необхідні при реалізації продукції. Канали розподілу можна охарактеризувати за кількістю складових рівнів.

Існуючі канали розподілу припускають використання наступних методів збуту: прямий збут та непрямий збут.

При прямому збуту не передбачається наявність посередників, продаж здійснюється безпосередньо виробниками до споживачів.

Непрямий бут, у свою чергу передбачає наявність посередників, тобто продаж відбувається через торгові організації, незалежні від виробника, а використовуються вони задля досягнення географічно розосереджених ринків. У науці виділяють: одно-, дво-, та трирівневий канали.

Однорівневий включає одного посередника, зазвичай на споживчих ринках це роздрібні торговці. Дворівневий канал містить двох посередників. Найчастіше це оптовий та роздрібний торговці на споживчому ринку, а на ринках товарів промислового призначення – промисловий дистриб'ютор і дилер. Трирівневий канал охоплює трьох посередників – оптового, дрібнооптового посередників і роздрібного торговця.

Економічна роль каналів товароруху пов'язана з тим, що, вступаючи в певні відносини з партнерами, компанія прагне мінімізувати витрати часу та коштів. Це проявляється в отриманні ряду переваг. Розподіляючи витрати між декількома партнерами, фірма економить на масштабі. Наприклад, багато авіакомпаній заохочують використання пасажирами послуг туристичних агентств, які оформляють і переоформляють квитки, приймають оплату, здійснюють доставку квитків клієнтам. Таким чином, можлива економія на скороченні числа контактів виробників з кінцевими споживачами. Зменшуючи число рівнів каналів збуту, ресторани часто безпосередньо закуповують продукти у сільськогосподарських виробників. Багато компаній розраховують на більш високий рівень обслуговування клієнтів з боку посередників, оскільки, як правило, вони ближче до кінцевого споживача і краще знають його потреби і переваги.

Список використаних джерел

1. Балабанова Л. В. Управління збутовою політикою / Л. В. Балабанова, Ю. П. Митрохіна. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 240 с.

2. Кожемяко, А. Психологічні ефекти в менеджменті та маркетингу. 100 + напрямків підвищення ефективності в управлінні та

збуті / А. Кожемяко. – М .: МФПУ Синергія, 2015. – 176 с.

3. Котлер, Ф. Основи маркетингу. 5-е вид. / Ф. Котлер, А. Гарі. – М .: Вільямс, 2016. – 752 с.

УДК 331.103

Загоровська В. В., магістрант, гр. ПВМ-3, ФБСО
Науковий керівник: Сотник А. А., к.е.н.
Державний університет «Житомирська політехніка»

УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ЯК ФАКТОР УСПІХУ ПІДПРИЄМСТВА У КОНКУРЕНТНІЙ БОРОТЬБІ

Економічна ситуація становлення та розвитку ринкової економіки поліпшення якості продукції, яка склалася сьогодні, є найважливішим напрямком інтенсивного розвитку економіки, джерелом економічного зростання, умовою підвищення ефективності суспільного виробництва.

Питанням якості та системі управління якістю продукції приділяли увагу такі вчені: А. А. Голіков, У. Е.Демінг, Д. Котон, Г. Г. Азгальдов, С. Д. Ільєнкова, С. Т. Лапідус, М. Х. Мексон, М. Торстен, Д. Х. Харінгтон. Вони дотримувалися думки, що якість продукції являє собою сукупність властивостей, вплив яких дозволяє відрізняти один товар від іншого, зародження якості відбувається в процесі його випуску, а процес управління якістю має бути комплексним, системним та безперервним.

Якість – це сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення [3, с. 156].

Розглянемо процес управління якістю продукції, що включає основні стадії: 1) розробка програми управління, планування та підвищення якості продукції; 2) збір і аналіз інформації про фактори, що впливають на якість; 3) підготовка дій, які впливають на об’єкт; 4) розроблення управлінських рішень по управлінню якістю; 5) доведення управлінських рішень до виконавців; 6) контроль за виконанням управлінських рішень; 7) аналіз інформації про зміни якості об’єкта, після управлінських дій; 8) усунення або мінімізація дії негативних чинників на процес управління якістю.

Якість продукції - це сукупність властивостей продукції, що обумовлюють її придатність задовольняти певні потреби відповідно до її призначення. Тому управління якістю продукції, це одна із сторін управління виробництвом [2, с. 328]. Особливістю управління якістю

продукції є те, що дії з управління якістю повинні здійснюватися на всіх етапах життєвого циклу продукції. На етапах наукових досліджень і проектування вже закладається якість продукції. На даних етапах визначаються основні характеристики майбутньої продукції, характер виробничих процесів її виготовлення [1, с. 97].

Управління якістю– це діяння, що здійснюються при створенні, експлуатації або споживання продукції з метою встановлення, забезпечення і підтримки необхідного рівня її якості [6, с. 115].

До основних принципів управління якістю на підприємстві можна віднести наступні:

Таблиця 1

Принципи управління якістю

№	Назва	Опис
1	Орієнтація на споживача	Організації залежать від своїх споживачів і тому повинні розуміти їхні поточні та майбутні потреби, щоб не тільки задовольняти, а й випереджати потреби своїх клієнтів.
2	Роль керівництва	Керівники забезпечують єдність між головною метою та напрямком діяльності підприємства
3	Залучення працівників	Підприємство виступає як операційна система, в якій беруть участь всі члени підприємства, від вкладу і зусиль яких залежить успіх підприємства.
4	Процесний підхід	Ефективно досягти бажаних результатів можливо, коли ресурси і пов'язана з ними діяльність управляються як процес.
5	Системний підхід до управління	Даний підхід передбачає розуміння і управління якістю як управління системою процесів, пов'язаних спільною метою, що забезпечує ефективність підприємств.
6	Постійне поліпшення	Щоб мати конкурентоспроможність і найвищий рівень якості продукції та послуг, підприємства повинні постійно вдосконалювати свою роботу.
7	Прийняття рішень, заснованих на фактах	Щоб бути ефективними, всі рішення і дії системи управління повинні бути побудовані на основі аналізу конкретних даних і точної інформації.
8	Взаємовигідні відносини з контрагентами	Підприємства та контрагенти є взаємозалежними. Взаємні корисні відносини будуть покращувати можливості сторін та створювати додаткові цінності.

Джерело: сформовано автором на основі [5, с. 246].

Досвід провідних конкурентоспроможних підприємств встановив, що якісна продукція, яка відповідає вимогам і потребам споживачів, може бути виготовлена тільки з урахуванням детального вивчення і аналізу ринку.

Ефективних методом, який застосовують успішні підприємства, є система управління якістю на базі міжнародних стандартів ISO серії 9000. Значиму роль цей стандарт відіграє для підприємств, метою яких є вихід на міжнародний ринок [8, с.78].

В умовах конкурентної боротьби успішно зможуть розвиватися тільки ті підприємства, які здійснюють грамотне управління якістю продукції, так як воно є одним з ключових елементів конкурентоспроможності товарів і послуг.

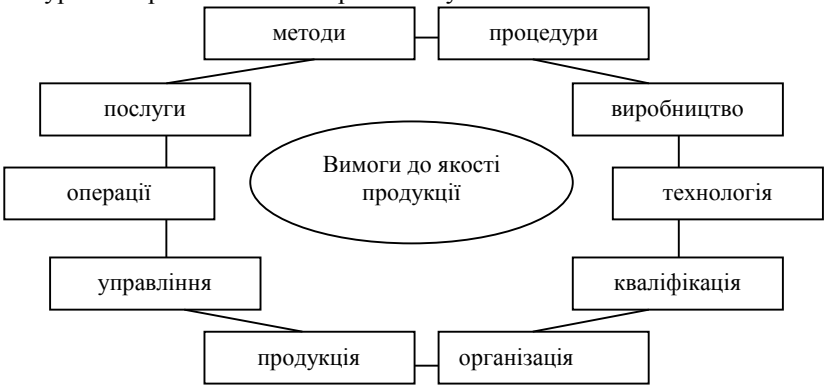


Рис. 1.Об'єкти і сфери, на які поширюються вимоги якості

Головним завданням організації управління якістю є підвищення економічної ефективності та стійкості підприємства, підвищення продуктивності праці, перехід до інновацій і нових технологій [7, с. 24].

Висновки. Якість являє собою матеріальну основу задоволення потреб людей. Висока якість продукції дає можливість суспільству для подальшого прогресу та розвитку. Впровадження систем управління якістю позитивно впливає на діяльність підприємства і надає переваги, перш за все, щодо: поліпшення прийняття управлінських і виробничих рішень, підвищення конкурентоспроможності підприємства, зростання рівня задоволеності споживачів підприємства. Значення підвищення якості досить різноманітне. Вирішення проблеми підвищення якості на рівні підприємства важливо для економіки країни в цілому, так як дозволяє встановити нові пропорції між її галузями і всередині галузей. Щоб забезпечити працездатність і ефективність системи менеджменту якості в організації чи підприємстві, менеджмент організації повинен знати методи її інтегрування в організацію і правильну послідовність етапів її поліпшення: створення служби якості; планування поліпшень; проведення заходів для створення базових умов успішного

функціонування системи менеджменту якості; впровадження системи внутрішніх аудитів; усунення причин невідповідностей; підтвердження сертифікації ISO 9001.

Список літератури:

1. Білецький Е.В. Управління якістю продукції та послуг: [навчальний посібник] / Е.В. Білецький, Д.А. Янушкевич, З.Р. Шайхлісламов. – Х.: ХТЕІ, 2015. – 222 с.

2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: [підручник] / І.М. Бойчик. – К.: Кондор-Видавництво, 2016. – 378 с.

3. Гринчуцький В.І. Економіка підприємства: [навчальний посібник] / В.І. Гринчуцький, Е.Т. Карапетян, Б. І. Погріщук. – Київ, 2010. – 304 с.

4. Метрологія, стандартизація та управління якістю: [навчальний посібник] / [Клименко Л.П., Пізінцалі Л.В., Александровська Н.І., Євдокимов В.Д.]. – Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2011. – 345 с.

5. Момот О.І. Менеджмент якості та елементи системи якості: [навчальний посібник] / О.І. Момот. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 368 с.

6. Попов А.А., Попов Е.А., Колмыкова М.В., Спиридонов С.П. Система менеджмента качества: теория и методология: [учеб. для студентов вузов]. – Т., 2010. – 409 с.

7. Савуляк В.В. Управління якістю продукції: [навчальний посібник] / В.В. Савуляк. – Вінниця: ВНТУ, 2012. – 91 с.

8. Шевчук, Д. А. Управление качеством: [учебник] / Д. А. Шевчук. – М., 2008. – 102 с.

УДК 330.3:338.4:658

Заєць А.С., магістр
Університет митної справи та фінансів

РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

У результаті тривалої економічної кризи, яка спостерігається в Україні, відбулося істотне зниження виробничого, технологічного та інвестиційного потенціалу більшості вітчизняних підприємств, що негативно відбилося на рівні їх економічної безпеки. В умовах обмеженості державних можливостей щодо фінансування розвитку

всієї економіки виникає необхідність виділення основних пріоритетних об'єктів, що складають базис вітчизняної економіки, а забезпечення їх економічної безпеки гарантує відносну економічну безпеку країни в цілому. Однак, вкрай важливим є вивчення та адаптація світового досвіду забезпечення економічної безпеки підприємницької діяльності.

Метою дослідження є розробка теоретичних засад і методичних підходів з розвитку концепції економічної безпеки державних підприємств.

Важливість вивчення теоретичних засад та розробка прикладних рекомендацій зі зміцнення економічної безпеки підприємництва в нових країнах з ринковою економікою, як правило, зумовлена призупиненням темпів розвитку малого і середнього бізнесу, зниженням рівня ділової активності населення, що не дозволяє поліпшити основні показники розвитку підприємництва, досягнути рівня розвинених держав, забезпечити належний та рівний доступ кожного громадянина до підприємницької діяльності.

Разом з тим, варто зазначити, що в економічно розвинених державах світу більше приділяється увага питанням розробки теоретико-прикладних засад розвитку підприємництва, формуванню сприятливого економіко-правового середовища для ведення підприємницької діяльності. Натомість, питання, що стосуються забезпечення безпосередньо економічної безпеки підприємництва, актуальні в країнах, які докорінно змінюють систему державного устрою (зокрема, перебувають на стадії ринкової трансформації економіки) та/чи перебувають у кризовому стані (наприклад, у післявоєнний період, період гострих соціальних конфліктів чи економічних криз). Традиційні (характерні для економіки ринкового типу) дії органів державного управління є недостатніми для забезпечення належного регулювання ринку, не відповідають вимогам часу та не спроможні усувати вади перехідних етапів. В таких умовах суб'єкти підприємницької діяльності, виконуючи свою вагому соціальну та економічну місії у суспільстві, опиняються у ситуації неналежного рівня захищеності свого майна та інтересів від впливу чинників зовнішнього середовища та інколи навіть органів влади (державного контролю) тощо. Отже, проблема забезпечення економічної безпеки підприємництва набуває актуальності в умовах критичного зростання рівня ризику ведення бізнесу, недостатнього, неадекватного (щодо загострення умов функціонування підприємств) виконання органами влади своїх функцій. Проте світова практика (в тому числі країн, які пройшли період ринкової трансформації економіки та/чи успішно здійснюють економічні реформи) має позитивний досвід щодо забезпечення

економічної безпеки бізнесу, формування сприятливих умов для підприємництва (навіть незважаючи на те, що у багатьох країнах, як правило, не розробляються цільові стратегічні планові документи щодо зміцнення економічної безпеки підприємств), національної, регіональної та галузевої економічної безпеки. Тому цей досвід являє собою значний інтерес як для розвитку системи безпеки вітчизняних суб'єктів господарської діяльності, так і безпеки національної економіки загалом [1, с. 55-57].

Уряди багатьох розвинених країн (в тому числі Японії, США) офіційно (у програмних документах органів державного управління) визнають об'єктивне існування ризиків (навіть для конкурентоспроможних підприємств), пов'язаних з посиленням агресивності ринкового середовища та загостренням конкуренції у різних сферах діяльності на внутрішньому і світовому ринках. Це вимагає спеціальних організаційних та ресурсних заходів підтримки та забезпечення стійкості підприємств, зокрема, сектора малого і середнього підприємництва в цих екстремальних ситуаціях. Уряд Японії визнає, що в умовах глобалізації економіки, швидких та масштабних змін саме підприємства цього сектора економіки більшою мірою, ніж великі потребують допомоги та державної підтримки.

У країнах світу, які посідають провідні позиції у рейтингах за рівнем сприятливості економіко-правового середовища щодо ведення підприємництва створено та належно функціонують профільні державні органи (адміністрації) (досвід США, Японії та практично всіх країн ЄС). Більше того, за ними закріплено відповідне фінансування та повноваження щодо реалізації державної політики у сфері підтримки і забезпечення економічної безпеки підприємництва. Зазначені державні інституції виконують як стратегічні, так і оперативні функції, пов'язані з розробкою та реалізацією стратегічних і тактичних програм підтримки підприємництва і формування сприятливого середовища його функціонування; реалізацією заходів з адаптації підприємств (зокрема малого і середнього бізнесу) до умов конкурентної боротьби; розробкою секторально-територіальних програм розвитку бізнесу та забезпечення його економічної безпеки).

До основних операційних завдань стратегії внесено посилення фінансової підтримки, поліпшення умов створення нових підприємств, розвиток загальнонаціональної системи забезпечення економічної безпеки та ін. [2]). Особлива увага приділяється захисту підприємств, які здійснюють діяльність у несприятливих щодо ведення підприємницької діяльності зонах, інноваційних малих підприємств, функціонування яких пов'язане зі значними технічними та

комерційними ризиками.

Крім того, створення структурних підрозділів ведення політики у сфері економічної безпеки підприємництва за галузево-територіальною ознакою (досвід США, де крім Адміністрації малого бізнесу питання забезпечення економічної безпеки підприємництва покладено на регіональні відділення Міністерства внутрішньої безпеки серед малих підприємств [3]).

Також це здійснення систематичного моніторингу внутрішнього та зовнішнього ринків та розробка рекомендацій як для органів державного управління, так і безпосередньо підприємств щодо заходів, метою реалізації яких є посилення конкурентних позицій національних підприємств, захисту їх економічних інтересів (досвід США, Японії, Німеччини, Великобританії та Франції [4]).

Важливу роль щодо забезпечення економічної безпеки підприємництва у розвинених країнах відіграє страхова сфера, яка виступає системотворчим чинником розвитку підприємництва і є вагомим джерелом венчурного капіталу. Основні потоки капіталу страхових компаній спрямовуються у галузі з високими темпами зростання. У розвитку страхової сфери є прихований резерв економічного сприяння підприємництву (особливо малому та середньому, інноваційним проектам підприємств) та зміцненню економічної безпеки суб'єктів підприємницької діяльності. У стратегічних документах органів державного управління страхування розглядається як інституціональний чинник забезпечення національної конкурентоспроможності, стабільності і зміцнення економічної безпеки країни та сектора підприємництва; передбачені заходи щодо відновлення позицій держави як суб'єкта страхової діяльності та механізми сприяння входженню на ринок великих провідних іноземних страхових компаній [3].

Позитивним аспектом світового досвіду зміцнення економічної безпеки підприємництва вважаємо забезпечення ефективного захисту майнових інтересів підприємств-страхувальників запровадженням інституту обов'язкового державного страхового нагляду за діяльністю страхових компаній (практика більшості країн Європи).

Окремим інституційним засобом забезпечення економічної безпеки підприємництва в багатьох країнах світу виступає діяльність асоціативних і громадських підприємницьких організацій, зокрема, у напрямі гарантування фізичної та економічної безпеки суб'єктів підприємницької діяльності, поліпшення відносин з органами влади, участі у прийнятті рішень та розробці політики регулювання підприємництва. У країнах ЄС на державному рівні прийнято рішення,

спрямовані на розширення спектра послуг у сферах регулювання незалежних недержавних інститутів, враховуючи оцінку власності, інспекцію та проведення досліджень ринку, захисту прав споживачів, охорони навколишнього середовища, техніки безпеки праці, охорони здоров'я, сертифікації та стандартизації товарів.

Імплементація позитивних аспектів світового досвіду зміцнення економічної безпеки підприємництва дозволяє значно удосконалити традиційні механізми державного сприяння розвитку підприємництва і сприяє зміцненню економічної безпеки суб'єктів підприємництва, їх можливостей щодо доступу до зовнішніх ринків, розвитку венчурних компаній та страхової сфери як дієвого механізму зниження ризиків підприємств, а також соціального капіталу, зокрема, в системі міжнародних міграційних процесів.

Література:

1. Васильців Т.Г. Економічна безпека підприємництва України / Т.Г. Васильців : стратегія та механізми зміцнення: монографія. – Львів: Арал, 2008. – 384 с.
2. Survey of current SME business conditions [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.meti.go.jp/english/information/data/ structuralreform/ Fostering.html.
3. Інтернет-ресурс «Информационная поддержка предпринимательства Сибири» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.infopps.ru.
4. Інтернет-ресурс Міністерства економіки, торгівлі та промисловості Японії [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.meti.go.jp/english/other/METIntroducti on/c10130ej.html.

УДК: 33.06

Зиёева Ш.З., Бойпоччоева Ф.С., магистранты специальности 1-25.01.04. финансы и кредит,
Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики,

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ БЕЗНАЛИЧНЫХ РАСЧЁТОВ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

В настоящий момент в национальной экономике Республики Таджикистан, наряду с проблемами социально-экономического

характера, имеет место барьеры в денежно-финансовом секторе. Одним из этих проблем непосредственно связано с осуществлением безналичных расчетов между хозяйствующими субъектами различных отраслей народного хозяйства. Решение проблемы требует предприятие конкретных мер со стороны правительства, прежде всего в направление совершенствования механизма денежно-финансовых отношений в национальной экономике.

Особенность вопроса во всех этапах экономического развития страны находились в центре внимания Правительства республики. В этом направлении были осуществлены и реализованы целевые государственные программы, которые обеспечивали качественных сдвигов в сфере денежно-финансовых отношений. Несмотря на это, на сегодняшний день имеются некоторые моменты, которые непосредственно снижают эффективность этих отношений. В своем очередном послании Основатель мира и единства – Лидер нации, Президент Республики Таджикистан, уважаемый Эмомали Рахмон, придавая особое значение развитию банковской системы, отметил, что она играет важную роль в обеспечении социально - экономического развития страны, в особенности реальных сфер экономики, создании новых рабочих мест и расширении дополнительных источников пополнения государственного бюджета.[1]

Исходя из этого, в рамках настоящей научной статьи в качестве основного предмета, было определено направления совершенствования системы безналичных расчетов в национальной экономической системе. На этой основе сделана попытка оценка влияния системы безналичных расчетов на эффективность функционирования реальных и финансовых секторов экономики.

Перед тем, как дать характеристику к особенностям развития системы безналичных расчетов, следует рассмотрение сущности самой понятия безналичных расчетов. По мнения известного ученого-финансиста Балабанова И.Т.: «Безналичные расчёты – это денежные расчёты, при которых платежи осуществляются без участия наличных денег путем перечисления денежных средств со счета плательщика на счет получателя».[3] Это классическое определение сущности безналичных расчетов, где с легкостью можно понять осуществление товаро-денежных отношений. Это в свою очередь определяет эффективность функции и товарного, и денежного рынка, при этом также способствует к снижению финансовых рисков в экономическом механизме.

В плане рассмотрения сущности безналичных расчетов следует принять во внимания предположений исследователя Ташкентского

финансового университета Байманова А.А. По его мнению «безналичный денежный оборот -это основной вид денежного оборота.»[4] Исходя из этого, безналичные расчеты составляют основы денежного оборота и они играют важную в регулирования денежного рынка.

В Республике Таджикистан система безналичных расчетов имеет своей специфики, которая заключается в слабом уровне их развития в масштабе всей экономики. Это означает, что сегодня ни все отрасли экономики эффективно используют системы безналичных расчетов своем практике. Такая ситуация связана с существованием следующих барьеров:

- высокий уровень коррупции и существовании скрытых доходов хозяйственных субъектов;
- отсутствие жесткого механизма регулирования отношений в этой сфере;
- высокая налоговая нагрузка (по оценкам Всемирного банка этот показатель в Республики составляет около 67%) приводит хозяйствующих субъектов к снижению активности в этом направлении;
- неорганизованность рынка предполагает все большего участия наличных денег в товарных отношения

На наш взгляд, для решения указанных препятствий, следует предпринять ряд мер, к которым можно отнести:

- а первую очередь необходимо обратить внимание на степени организованности рынка. В большинстве торговых центрах и точках республики отсутствует, системы которые могут обеспечивать активное использование безналичных расчетов и электронной системы платежей. Хотя на сегодня в республике активно внедряется механизм пластиковых карт, в плане их эффективного использования, не предпринимаются дополнительные усилии. В этом направлении следует активизации услуг банкоматов со стороны коммерческих банков республики;
- в целях снижения степени теневой экономики, государством следует пересмотреть налоговую политику. В современных условиях в Республике Таджикистан активно внедряется стратегия индустриализации секторов экономики и вследствие этого, было бы целесообразно реализации стимулирующей налоговой политики в реальном секторе экономики;
- в настоящий момент в республике возникает необходимость институционального совершенствования денежно-финансовых отношений, особенно в направление использования электронных денег и безналичных расчетов. Хотя действующие законодательные акты

намерены регулирования этих отношений, в плане сокращения нарастающего спроса на наличные деньги в основных секторах экономики, такие как аграрный сектор и сектор торговли сельскохозяйственными продукциями, абсолютно отсутствует использование безналичных расчетов;

- требуется усиления банковской конкуренции, так как это является одним из важнейших условий эффективного использования системы безналичных расчетов.

В конце следует отметить, что в Республике Таджикистан система безналичных расчетов находятся на стадии становления. Хотя со стороны банков предоставляется различные формы безналичных расчетов, из-за неорганизованности рынка степень их использования остается на низком уровне. Исходя из этого, важной задачей в этом направление выступает регулирование неорганизованного рынка, доля которого является значительным, нежели организованных структур производства, продвижения и сбыта продукции.

Список литературы

1. Послание Лидер нации, Президент Республики Таджикистан Эмомали Рахмон, от 26.декабря 2018 г.

2. Инструкция № 193 «О безналичных расчетах в Республике Таджикистан», Душанбе 2012г.

3. Балабанова И.Т. Банки и банковское дело /– СПб.: Питер, 2003. 256с.

4. Байманов А.А. Управлении развития безналичного денежного оборота в Узбекистане. // CAMEL. Ташкент: Ташкентский финансовый Институт, – 2015, №23. 17 с.

УДК 658.155:334.716

Зюзіна Д. В., магістрант
Науковий керівник: Янковий О. Г., д.е.н., проф.
Одеський національний економічний університет

ЧИННИКИ ТА РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Головним показником ефективної діяльності підприємства є прибуток, що втілює собою його кінцеву мету у вартісній формі. Прибуток не лише є показником ефективності роботи підприємства, а ще має важливе практичне значення: отримана величина прибутку

надає змогу створювати власні фінансові ресурси, тобто формувати джерело самофінансування, яке спрямоване на розвиток підприємства, вдосконалення матеріальної бази та забезпечення безперебійної діяльності суб'єкта господарювання.

Сучасний етап розвитку ринкових та економічних відношень передбачає посилення ролі прибутку у діяльності підприємства. Разом з тим виникає необхідність раціонального планування діяльності підприємства, вибору оптимальної фінансової політики з метою отримання максимальної величини прибутку за рахунок виявлення резервів його збільшення.

Для підприємства прибуток – це кінцевий фінансовий результат, що характеризує його виробничо-господарську діяльність. Якщо прибуток зростає, то виникає фінансова основа, яка дозволяє проводити самофінансування господарської діяльності. За таких умов прибуток відіграє важливу роль у оцінці виробничої та фінансової діяльності підприємства та виникає необхідність у вивчені джерел, які мають позитивний вплив на величину отриманого прибутку [2, с. 191].

Для виявлення та розробки шляхів збільшення прибутку підприємства необхідно дослідити та проаналізувати чинники, що призводять до зростання прибутку. У загальному виді в економічній літературі чинники зростання прибутку поділяють на зовнішні (макроекономічне середовище) та внутрішні (мікроекономічне середовище).

До чинників, що складають макроекономічне середовище підприємства належать кон'юнктура ринку, рівень ринкових цін на продукцію, інфляція соціально-економічні та політичній умови, нормативно-правова база та ін. Підприємство не має можливості контролювати ці фактори, але їх постійний аналіз може мати позитивний ефект у подальшій діяльності.

Для підприємства значну роль відіграють чинники, що складають мікроекономічне середовище. У загальному вигляді внутрішні чинники класифікують на виробничі та невиробничі, а їх поділяють на інтенсивні та неінтенсивні. Пріоритетність зазначених чинників характеризується їх різноманітністю та можливістю контролю. Наприклад, підприємства приділяють увагу факторам чисельності працівників, обсягу засобів виробництва, витрат матеріалів через брак, підвищення продуктивності обладнання та ін. [1].

У зарубіжній економічній літературі виділяють та концентрують найбільшу увагу на наступних основних внутрішніх чинниках: ціна продукції, обсяг виробництва, змінні та постійні витрати [4].

Необхідно зауважити, що вплив на фактори з боку підприємства

може здійснюватись не лише в одному напрямку (збільшення або зменшення). При визначені ціни, обсягу виробництва, змінних та постійних витрат як основних факторів впливу, виникає залежність, що передбачає їх пропорційну зміну для отримання позитивного ефекту. Наприклад, підвищення ціни супроводжується незмінним або незначним зменшенням обсягів виробництва. Якщо ціна продукції зменшується, то приріст обсягу виробництва повинен компенсувати зниження ціни. У цьому випадку є можливість знизити витрати на одиницю продукції за рахунок економії на масштабі [5].

Зростання прибутку підприємства залежить від того, наскільки ефективно проводиться дослідження невикористаних можливостей підприємства, тобто пошук нових резервів росту прибутку, що формуються на основі виробничих факторів впливу.

Основними резервами підвищення прибутку підприємства є: збільшення обсягів виробництва та реалізації; покращення якості продукції; оновлення технічного оснащення підприємства; зниження собівартості продукції за рахунок раціонального використання фінансових, матеріальних та трудових ресурсів; диверсифікація виробництва тощо [1].

Сучасний розвиток економіки спрямований на модернізацію виробництва, впровадження нових технологій та устаткування. Значну роль у цих процесах відіграють підприємства приладобудівної галузі, тому їх було обрано для застосування викладених теоретичних положень на практиці.

Аналіз показав, що основними чинниками впливу на величину прибутку приладобудівних підприємств є: якість та ціна продукції, структура та собівартість виробництва, запаси сировини та матеріалів.

На їх основі були виявлені наступні резерви підвищення прибутку:

- модернізація існуючої продукції за технічними та зовнішніми характеристиками, а також посилення маркетингового впливу на потенційних покупців;
- диверсифікація виробництва за рахунок виробництва товарів-комплементів;
- скорочення запасів сировини та матеріалів, що можна втілити декількома способами: 1) збільшенням виробничої потужності; 2) впровадженням логістичної концепції «Just in Time» («Точно в термін»), яка орієнтується на скорочення запасів та виконання замовлень без затримок, що надає змогу зменшити собівартість продукції та підвищити оборотність капіталу [3, с. 62].

З часом система дозволить підприємствам скоротити перевитрати на сировину і матеріали, мати в наявності додаткову територію для

виробництва, а вивільнені кошти використовувати на модернізацію та диверсифікацію продукції.

Таким чином, можна сказати, що для приладобудівних підприємств планування прибутку є головною складовою фінансової політики, а розроблені заходи мають позитивний вплив, так як їхнє впровадження разом з чітко встановленою стратегією управління здатне привести до отримання максимальної величини прибутку.

Список використаної літератури:

1. Биба В. В., Ковалець М. В. Чинники, що впливають на прибуток сільськогосподарських підприємств в сучасних умовах. *Електронний журнал «Ефективна економіка».* 2016. № 5 URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4960 (дата звернення: 12.10.2019).

2. Осипов В.І Економіка підприємства: підручник. Одеса : Маяк, 2005. 720 с.

3. Перевозова І. В., Сакун А. Ж. Логістична концепція виробничо-промислового підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету.* 2017. Вип. 14. С. 58-64.

4. Geoff Riley. Factors that Affect Business Profitability. 2016. URL: https://www.tutor2u.net/economics/reference/strategies-for-improving-business-profitability (дата звернення: 13.10.2019).

5. Nigel Plowman. What you can do to improve the profitability of your business. 2010. URL: https://www.mckinleyplowman.com.au/wp-content/uploads/2016/07/Improve-Your-Business-Profit-1.pdf (дата звернення: 12.10.2019).

УДК 331.2

Івасюк Б.О., магістрант, гр. ЗПВ-18м, ФБСО
Науковий керівник: Бужимська К.О., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ПРОБЛЕМИ ПЛАНУВАННЯ ФОНДУ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Інструментом управління витратами на персонал є фонд оплати праці. Персонал – найцінніший актив підприємства, а для деяких підприємств і найдорожчий. Витрати на оплату праці становлять вагому частку в собівартості готового продукту, тому підходити до їх розрахунку, аналізу та управління ними потрібно максимально

відповідально.

Словосполучення витрати на персонал, фонд оплати праці, фонд заробітної плати постійно на слуху, і часто під ними мають на увазі абсолютно різні витрати. В результаті виникає плутанина і немає однозначного розуміння про які витрати йдеться.

Фонд заробітної плати (ФЗП) – це сумарні витрати на оплату персоналу за відпрацьований час.

Фонд оплати праці (ФОП) – це загальні витрати на оплату праці персоналу, включаючи соціальні виплати і компенсації.

Витрати на персонал – це сукупність витрат на залучення, винагороду, соціальне забезпечення і стимулювання персоналу. Тобто з трьох понять фонд заробітної плати - це найвужче поняття, а витрати на персонал – найбільш широке.

У статтях витрат, які повинні бути включені в розрахунок фонду оплати праці, також панує хаос. Причому не тільки у управлінців і фінансистів, а й в джерелах інформації – книгах, статтях, профільних сайтах. Пояснюється це тим, що в законодавстві немає однозначного трактування на те, які витрати включати в поняття ФОП, а які ні. Спиратися на накопичений компаніями досвід не вийде, тому що досвід дуже різнорідний. Підприємства, які орієнтуються на так звані «радянські» методи управління, використовують один перелік статей, «західники» інший.

Фактори, що впливають на процес формування ФОП:

1. Внутрішні:

- масштаб і структура підприємства;
- особливості технології виробництва, складність і інтенсивність праці;
- динаміка зростання обсягів виробництва;
- динаміка зростання продуктивності праці;
- чисельність і структура персоналу;
- можливості нормування робіт;
- застосовувані форми і системи оплати праці;
- наявність і співвідношення відрядників і почасових;
- методологія розрахунку ФОП;
- виплати компенсуючого та стимулюючого характеру;
- рівень прибутковості і рентабельності підприємства тощо;

2. Зовнішні:

- законодавча база з питань праці та заробітної плати;
- податкова політика в сфері оплати праці;
- встановлення коефіцієнтів і відсотків надбавок;
- рівень інфляції;

- географічне положення підприємства;
- рівень середньої заробітної плати по регіону та галузі;
- рівень конкуренції основних професій, які використовуються підприємством, на ринку праці;
- наявність дискримінації в оплаті праці за статтю, віком;
- робота і активність профспілок тощо.

Планування ФОП здійснюється шляхом складання кошторисів або бюджетів за різними структурними підрозділами підприємства та елементів ФОП з необхідним рівнем деталізації.

В даний час практично всі підприємства звернулися до використання сучасних прогресивних механізмів менеджменту, що дозволяють перейти на бережливе використання всіх ресурсів, які в у нього є, в т.ч. і заробітна плата. Для цих цілей вони формують свою структуру на основі виділення центрів фінансової відповідальності, що дозволяє посилити контроль над організацією планування ФОП і збільшити відповідальність за його раціональним використанням. При такій організації з'являється можливість управляти витратами на заробітну плату шляхом своєчасного факторного аналізу планованих і фактичних даних про оплату праці. Виявляються причини і винні в перевитраті, а також можливі резерви зниження даних витрат.

ФОП є відповідним планом з оплати праці персоналу, в якому знаходять відображення такі його складові частини:

а) ФОП персоналу за видами оплати праці, за групами, категоріями і структурними підрозділами і в цілому по підприємству із зазначенням і описом джерел фінансування;

б) виплати, що мають стимулюючий і соціальний характер, і здійснюються за рахунок чистого прибутку підприємства;

в) нарахування різних видів страхування.

Оплата праці працівників (форми, системи, тарифи, нормативи, розмір тощо) визначається самим підприємством, виходячи з законодавчо встановленого мінімального розміру оплати, галузевих і спеціальних угод, закріплених в договорах і контрактах, і регулюється чинною системою оподаткування.

При плануванні ФОП користуються такими найбільш відомими методами його формування:

Укрупнений метод планування фонду оплати праці використовується стабільно працюючими підприємствами, де несуттєво змінюються виробничі і фінансові показники. Плановий ФОП обчислюється виходячи з прямої заробітної плати, яка визначається за розцінками, тарифними ставками і посадовими окладами. Додаткова заробітна плата розраховується за допомогою коефіцієнта, що

визначається за звітом, що показує, у скільки разів повний річний фонд оплати праці перевищує значення фонду прямої заробітної плати.

Метод не враховує багато факторів, як в цілому по підприємству, так і за структурними підрозділами.

Нормативний метод планування ФОП є найбільш популярним. ФОП визначається шляхом множення планованого обсягу товарної (валової) продукції на встановлений норматив заробітної плати працівника на одну гривню обсягу продукції. Метод втрачає свою актуальність в умовах інфляції, тому що потребує постійних коригувань ФОП, в іншому випадку заробітна плата перестає виконувати свою стимулюючу функцію.

Метод екстраполяції ґрунтується на аналізі чинників впливу середовища на стан діяльності підприємства і сформованих витрат на оплату праці за попередній період. Виявляються відхилення (фактичні і у %), причини їх виникнення та резерви скорочення цих витрат. За підсумками аналізу планується ФОП на майбутній рік.

Недолік методу полягає в тому, що він передбачає збереження існуючих тенденцій на майбутнє, що в умовах динамічного середовища не дозволяє правильно спрогнозувати ФОП.

Метод поелементного планування ґрунтується на розрахунку планового ФОП в цілому по підприємству в розрізі категорій працівників шляхом визначення: фонду прямої відрядної заробітної плати робітників; тарифного фонду заробітної плати; преміального фонду; виплат компенсуючого характеру; фонду заробітної плати керівників, фахівців, службовців; фонду оплати учнів. В умовах реструктуризації підприємств виникає проблема визначення ФОП за сформованими центрами відповідальності, що знижує рівень контролю над ФОП за цими підрозділами.

На закінчення необхідно відзначити, що всі сформовані методи формування ФОП мають недоліки. Вони мало враховують динаміку сучасних економічних процесів, недостатньо адаптивні до змін середовища функціонування підприємства. Основною проблемою стає необхідність коригування ФОП в поточному режимі в зв’язку зі зміною потреб ринку, зниженням або збільшенням обсягів виробництва і продажу, а, отже, перерахунком ФОП.

Список використаної літератури:

1. Складанна К.І. Підвищення ефективності управління фондом оплати праці на підприємстві / К.І. Складанна // Держава та регіони. Серія «Економіка та підприємництво». – 2016. – № 2. – С. 61–67.

2. Попкова О.О. Структура фонду оплати праці як основа

організації бухгалтерського обліку / О.О. Попкова // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2012. – № 721. – С. 114–118.

3. Скрипник Н.Є., Форми та системи оплати праці: вітчизняні проблеми та закордонний досвід / Н.Є. Скрипник, Д.В. Білоусова // Формування ефективної моделі розвитку підприємства в умовах ринкової економіки: тези IV Міжнар. науково-практ. конференції (24–25 лист. 2016 р.). – Житомир:ЖДТУ; – 2016. – С. 198 – 199.

4. Экономика предприятия: Курс лекций / О.И. Волков, В.К. Скляренко. – М.: Инфра-М, 2016. – 280 с.

УДК 339.137.2

Канашевська В.В., магістрант, гр. ПВМ-3, ФБСО
Науковий керівник: Сотник А.А.,к.е.н.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ПРОВЕДЕННЯ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Для ефективного управління конкурентоспроможністю товару необхідна її оцінка. За умови існування великої кількості методик дослідження конкурентоспроможності товару, триває постійний процес їх вдосконалення та створення нових варіантів її оцінки.

На сьогоднішній день виділяють такі основні принципи оцінки конкурентоспроможності товару:

– інтегральності, який забезпечує поглиблений і більш конкретизований зв'язок між факторами конкурентоспроможності;

– комплексності, який виявляє різні складові конкурентоспроможності товару та фактори впливу;

– діалектичності, який розглядає сукупність факторів у розвитку.

Методична база визначення конкурентоспроможності товару формується відповідно до суті товару як продукту з метою продажу та подальшого споживання. Споживач цінує не сам товар, а лише ті блага, які він отримує використовуючи його. Оцінюючи конкурентоспроможність товару слід враховувати переваги і недоліки щодо задоволення потреб споживачів в порівнянні з товарами-конкурентами. Обстежуючи чинники, варто визначити наскільки вони покращують або погіршують конкурентоспроможність товару.

Перелік важливих складових конкурентоспроможності товару для

споживачів залежить від його специфіки. Наприклад, до- і післяпродажне обслуговування для різних видів товарів. Так наприклад для продовольчих товарів післяпродажне обслуговування звичайно не є важливим, а при виборі косметичних засобів важливо отримати консультацію. Щодо товарів довгострокового призначення отже (побутова техніка, автомобілі тощо) післяпродажний сервіс має вагоме значення при визначенні конкурентоспроможності таких товарів. Саме через це слід ретельно виокремлювати складові конкурентоспроможності залежно від галузі виробництва.

Варто зазначити, що набір складових конкурентоспроможності товарів є різний, значимість цих складових і відношення до них можуть змінюватися. Отже, для того щоб формувати конкурентні переваги продукту, слід володіти інформацією про тенденції купівельного попиту.

Визначення набору складових конкурентоспроможності товару ключовий момент її оцінки. При цьому на перший план необхідно висувати ті, які мають найбільшу значимість для покупця. Найбільш значущі параметри слід досліджувати в першу чергу. Але це не виключає вивчення другорядних факторів впливу на ринковий успіх товару.

Для прикладу наведемо формування значущих складових конкурентоспроможності для пива. Для такого продукту важливими для споживача є органолептичні показники цього напою, в меншій мірі важлива упаковка.

Однак при проведенні глибинного інтерв'ю середньої і вищої управлінської ланки пивоварних підприємств визначено, що вибір тари для виробників пива є серйозною проблемою. Зараз для тарного пива використовуються традиційні скляні пляшки і пластикові бутлі; для безтарного кеги і бочки. Скляна пляшка являє собою досить привабливу упаковку як з точки зору виробника, так і споживача. Одним з основних недоліків скляної пляшки є необхідність її утилізації (що дещо пом'якшується можливістю зменшити ціну споживання шляхом повернення вартості тари при її здачі, що грає важливу роль для споживачів, які чутливі до ціни). При цьому слід мати на увазі, що пиво має бути розлито в скляні пляшки коричневого або зеленого кольору, оскільки сонячне світло погіршує якісні властивості пива.

Що стосується безтарного пива, вітчизняні виробники віддають перевагу використанню кегів, оскільки така тара володіє великими експлуатаційними перевагами в порівнянні зі звичайною бочкою. Проте така тара є дорожчою порівнюючи із дерев'яною бочкою. Це повязано з тим, що кеги це резервуари, які в Україні не випускають, тому їх

ціна залежить від коливання курсу іноземних валют, їх використання збільшує роздрібну ціну пива.

Як висновок зазначимо, що на сьогоднішній день конкуренція є одним з найважливіших економічних понять. В умовах ринкової економіки конкурентоспроможність продукції це головний фактор успіху. Формування конкурентоспроможності продукції передбачає оптимальне поєднання таких категорій як: якість, ціна, дизайн і можливість післяпродажного обслуговування товару. Тому конкурентоспроможність продукції є ключовим показником формування конкурентоспроможності суб'єкта господарювання загалом.

Список літератури:

1. Мельникова О. О. Комплексний метод оцінки конкурентоспромож-ності продукції підприємства [Електронний ресурс] / О. О. Мельникова, О. П. Кавтиш // Ефективна економіка. - 2014. - № 5. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_5_24

2. М'ячин В. Г. Сучасні та перспективні методи оцінки конкурентоспроможності інноваційних підприємств та конкурентоспроможності інноваційної продукції [Електронний ресурс] / В. Г. М'ячин, К. В. Алейнікова // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. - 2018. - Вип. 22(2). - С. 134-137. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2018_22(2)__31

УДК 338.2

Карпук П.С., студентка
Брестский государственный технический университет

УПРАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННЫМИ ТЕХНОЛОГИЯМИ

Управление в технических системах – область науки и техники, включающая процессы движения и преобразования информации с целью управления различными техническими объектами и устройствами.

Информационные технологии (ИТ) затрагивают сферы деятельности, относящихся к технологиям создания, сохранения, управления и обработки данных, в том числе с применением вычислительной техники.

Раньше компьютерные технологии были узкоспециализированной отраслью, но сегодня они относятся к быстро развивающимся отраслям.

Работа в этой области относится ко всем уровням информационных систем в организации. Они включают в себя физическое оборудование для программного обеспечения (операционные системы, приложения, базы данных), хранилище и серверы.

Одним из результатов распространения цифровых технологий является насыщение мирового хозяйства электронной техникой и техникой связи. Использование ИТ ведут к изменению уровня жизни населения:

– создаются новые рабочие места в самой отрасли цифровых технологий, так и отраслях экономики, в которых используются эти технологии;

– формируются новые рабочие места в первую очередь в сфере услуг, благодаря растущим доходам работников ИТ отрасли;

– рационализируются системы управления, сделки совершаются с помощью цифровых технологий, что приводит к росту свободного времени;

– население все больше использует дистанционное обучение;

– повышается квалификация сотрудников.

Систематическое использование профессиональных приложений ИТ значительно облегчают и повышают эффективность результатов деятельности. К основным приложениям ИТ относят [1]:

– текстовые процессоры, широко использующиеся в полиграфической промышленности. Там получили распространение издательские системы (например, Page Maker), позволяющие создавать макеты печатных изданий;

– электронные таблицы, сыгравшие большую роль в автоматизации подготовки финансовых документов (Microsoft Excel);

– бухгалтерские системы (1С-бухгалтерия и др.). С помощью такой системы можно не только произвести финансовые расчеты, но и получить бумажные и электронные копии таких документов, как финансовый отчет, расчет заработной платы и др. Электронные копии могут быть отправлены с помощью сетевых технологий другим субъектам;

– для подготовки научных документов, содержащих математические расчеты, используются математические пакеты программ (MathCAD, Maple и др.). Современные математические пакеты позволяют создавать документы, совмещающие текст с математическими расчетами и чертежами;

– автоматизированные системы управления (АСУ), включают в себя систему сбора информации, базу данных, систему обработки и анализа информации, систему формирования выходной информации на

предприятии;

– системы автоматизированного проектирования (САПР), включают в себя создание эскизов, чертежей, выполнение экономических и технических расчетов, работу с документацией;

– геоинформационные системы (ГИС), хранят данные, привязанные к географической карте местности (района, города, страны). Использование ГИС помогает соответствующим службам оперативно реагировать на чрезвычайные ситуации: стихийные бедствия, экологические катастрофы, технологические аварии [2].

Во многих случаях технологии являются основой, на которую опираются многие организации. Крайне важно, чтобы информационные технологии работали как эффективно, так и надежно. Поэтому так много зависит от персонала, который может управлять и обрабатывать информационные системы, аппаратные системы, финансовые транзакции, хранение данных и коммуникации. Важно чтобы в организациях работали специалисты (менеджеры) способные трудится в сфере ИТ: проектировать и эксплуатировать АСУ, создавать программы обеспечения систем управления.

Управление информационными технологиями, иногда называемое управлением компьютерными и информационными системами, имеет дело со всем управлением компьютерными операциями в организации. ИТ-менеджер отвечает за планирование целей цифровых технологий в организации, а затем работает с командами, как техническими, так и нетехническими, для достижения этих целей внутри организации. Управление ИТ должно быть в курсе всех новейших технологий и иметь возможность сообщать директивы другим руководителям и сотрудникам отделов в области бухгалтерского учета, финансов, маркетинга, производства и доставки.

Основными функциями управлениями ИТ являются:

– планирование;

Выработка будущего курса действий и заблаговременного определения наиболее подходящего курса действий для достижения заранее определенных целей рассматривается этой функцией.

– организация;

Объединении физических и финансовых ресурсов и цифровых технологий для достижения организационных целей. Эффективные ИТ-менеджеры должны быть эффективными организаторами.

– координация;

Когда все виды деятельности будут согласованы, организация будет функционировать лучше. Позитивное влияние на поведение сотрудников имеет важное значение в этом. Поэтому координация

направлена на стимулирование мотивации и дисциплины в групповой динамике. Это требует четкого общения и хорошего руководства. Только путем позитивного управления поведением сотрудников могут быть достигнуты поставленные цели.

– мотивация;

Это функция процесса управления воздействием на поведение людей, основанная на знании того, что является причиной и каналом поддержания поведения человека в определенном направлении. Мотивация - означает вдохновлять, стимулировать или поощрять подчиненных с рвением работать.

– контроль.

Это подразумевает измерение достижений по сравнению со стандартами и исправление отклонений, если таковые имеются, для обеспечения достижения целей организации. Цель контроля - убедиться, что все происходит в соответствии со стандартами. Эффективная система контроля помогает прогнозировать отклонения до того, как они действительно произойдут.

По мере роста бизнеса или возникновения проблем ИТ-менеджеру часто приходится создавать операционную систему или программное обеспечение, которые помогают тем, кто занимается продажами, обслуживанием или производством, работать эффективнее или работать более плавно. Недавно нанятый ИТ-менеджер может принять подчиненную структуру операционной системы, и он или она могут внести необходимые изменения в емкость и производительность программного обеспечения. Помимо технических обязанностей, связанных с должностью, ИТ-менеджер также должен иметь возможность общаться в технических и нетехнических средах. Управлять технической командой означает быть творческим человеком, принимающим решения, и извлекать лучшую работу из аналитиков и разработчиков кода. Способность обучать нетехнический персонал способам использования программного обеспечения - это еще одна роль, которую должен сыграть ИТ-менеджер. Руководители в значительной степени полагаются на знания и креативность ИТ-менеджера.

Будущее выглядит перспективным для управления ИТ, поскольку компании понимают, что должны идти в ногу с технологиями или могут быть оставлены позади лидирующих ИТ-организаций. Для бизнес-профессионала, интересующегося технологиями и руководящего другими в организации, должность ИТ-менеджера является рациональным выбором.

Рост востребованности специалистов в сфере ИТ растет с каждым

годом. На рисунке 1 представлены данные показывающие прогноз востребованности ИТ-специалистов на последующие года. Также ИТ-специалисты становятся востребованными в сферах, далеких от ИТ, что связано с необходимостью модернизации стандартных рабочих процессов.

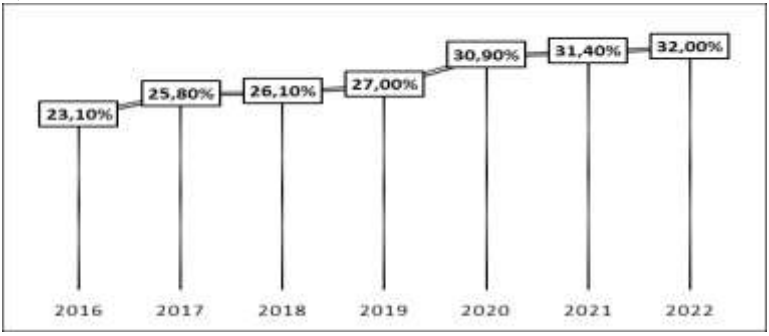


Рисунок 1. Прогноз востребованности ИТ-специалистов

Прогнозируется, что возможности трудоустройства в области компьютерных и информационных систем и управления ИТ увеличатся намного выше, чем в среднем по стране, до 12% до 2026 года. Инсайдеры отрасли уверены, что построить успешную карьеру проще в сфере, которая сама интенсивно развивается, профессия в сфере управления ИТ - является именно такой, поскольку все больше корпораций и организаций переносит свою бизнес-парадигму на цифровую платформу.

Список используемых источников

1. Основные приложения ИТ [Электронный ресурс]: История программного обеспечения и ИКТ. – Режим доступа: http://www.21419.edusite.ru/p4aa1/p28aa1.html. – Дата доступа: 22.10.2019

2. Информационные технологии [Электронный ресурс]: Файловый архив для студентов. – Режим доступа: http://salikovo.chuvash.org/sites/puterov/page-2-2-12.html – Дата доступа: 19.10.2019.

УДК:331.15.42(067)

Касимов Ж., соискатель кафедры
«Экономика и сервиса»
Карагандинский государственный
университет имени Е.А. Букетова

РАЗВИТИЕ АГРАРНОЙ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВУ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ КООПЕРАЦИЯ

В настоящее время сельскохозяйственная кооперация является эффективным организационным механизмом для развития взаимовыгодных экономических оотношений между сельскохозяйственными товаропроизводителями, личными подсобными хозяйствами.

Развитие аграрной экономики на различных исторических этапах было сопряжено с использованием моделей сельскохозяйственной кооперации и агропромышленной интеграции. На современном этапе организация системы кооперативно-интеграционных связей между товаропроизводителями обеспечивает создание условий для эффективного ведения агропромышленного производства, укрепления конкурентного положения объединений на рынке и выступает одним из направлений обеспечения эквивалентности экономических отношений между субъектами, поддержания устойчивого и сбалансированного развития отраслей, решения задач продовольственной безопасности. Условием эффективной подготовки высококвалифицированных кадров в сфере аграрной экономики является успешное освоение студентами соответствующей специальности учебной базы высшей школы, а также приобретение ими навыков аналитической, организационно-управленческой и иной деятельности.

В истории развития кооперативного движения западных стран можно выделить ряд следующих этапов:

– ***первоначальный этап*** (период с момента возникновения первых кооперативов до конца XIX в.) – это время создания и распада кооперативных обществ, проверки практикой принципов их работы;

– ***второй этап*** (с конца XIX в. до 20-х гг. XX в.) характеризовался: 1) развитием кооперации в области сельского хозяйства, кредитования, переработки и сбыта продукции, приобретения средств производства для сельского хозяйства; 2) созданием крупных регионально-отраслевых объединений кооперативов; 3) развитием международного кооперативного сотрудничества, в том числе путем создания в 1895 г. Международного кооперативного альянса; 4) формированием системы

кооперативного законодательства и разработкой первых «примерных уставов» для кооперативов различного уровня;

– ***третий этап*** (период 20–30-х гг. XX в.) развития кооперации проходил в условиях мирового экономического кризиса 1929–1933 гг.

и характеризовался активной государственной поддержкой;

– ***четвертый этап*** (30-е гг.) – в ряде стран формируется национальная система сельскохозяйственной кооперации, руководимая из единого центра и пользующаяся значительной поддержкой государства. В этот период унифицируются уставы кооперативов;

– ***пятый этап*** (с 50-х до конца 70-х гг. XX в.). Под влиянием научно-технического прогресса происходит модернизация и концентрация деятельности в сельском хозяйстве, пищевой промышленности, производстве средств производства. Идет процесс слияния мелких кооперативов в крупные на отраслевом и региональном уровнях;

– ***шестой этап*** (с середины 70-х гг. XX в.). Для этого этапа характерно: 1) усложнение условий конкурентной борьбы, успех которой во многом зависел от инвестиций в сельское хозяйство и внедрения новейших технологий, передовых методов организации труда;

2) усиление тенденций перехода кооперативных предприятий на акционерные принципы деятельности; 3) создание смешанных акционерных компаний, перелив капитала из одной отрасли в другую.

Существует много вариантов классификации кооперативов, в основу которых положены различные признаки: цели, функции, категория объединяемых лиц, вид хозяйственной деятельности и пр.

В основе научной классификации кооперативов используются категории «тип», «форма», «вид».

Тип кооператива определяют *социально-экономические и политические условия* его функционирования. Можно выделить кооперативы рыночного типа и командно-административной экономики.

Форма кооператива отражает *уровень обобществления собственности* пайщиков в кооперативе, *степень материальной зависимости* пайщиков от кооператива. Выделяют кооперативы простейшей, переходной и высшей форм.

В *простейших* кооперативах объектом общей собственности и совместной деятельности является одно или несколько звеньев системы производства, переработки и сбыта сельхозпродукции. При этом

обобществляется незначительная часть имущества. Основные средства

производства, земля, рабочий и продуктивный скот остаются в частной

собственности пайщиков. К таким кооперативам относятся снабженческие, сбытовые, мелиоративные, садово-огородные кооперативы.

В кооперативах *переходной формы* часть собственности пайщиков является для них источником существования.

К кооперативам *высшей формы* можно отнести значительную часть производственных кооперативов, коллективные хозяйства (колхозы), а также израильские кибуцы. В коллективной собственности пайщиков находятся все основные условия и средства производства (земля, машины, скот, сооружения, различные приспособления). Общими являются и результаты производства, прибыль от него.

По видам кооперативы классифицируют в зависимости *от сферы и целей деятельности, социального состава пайщиков, региона деятельности кооператива*. Основными видами кооперативов по сферам деятельности являются производственные, сельскохозяйственные, потребительские и кредитные. Каждый из этих видов может подразделяться на группы.

Среди кооперативов любого вида присутствуют так называемые

многопрофильные кооперативы, занимающиеся одновременно несколькими видами деятельности.

По главным целям деятельности разграничивают две группы кооперативов: коммерческие, нацеленные на получение прибыли, и некоммерческие, главная цель которых предоставление своим пайщикам услуг на некоммерческой основе, т. е. без закладывания собственной прибыли в оплату услуг (жилищные, гаражно-строительные).

Агропромышленный комплекс (АКП) Республики Узбекистан представляет собой крупное межотраслевое формирование, в которое входят технологически и организационно связанные с перерабатывающей промышленностью отрасли сельского хозяйства, обеспечивающие ее сырьем, а также организации сферы производственно-технического обеспечения агропромышленного производства. Фактором, объединяющим отрасли комплекса в единую целостную систему, является *конечный продукт*, производимый перерабатывающей промышленно статью на заключительной стадии технологической цепи.

По этому поводу недавно было постановление Президента Республики Узбекистан «О мирах по развитию сельскохозяйственной кооперации в плодоовощной отрасли» 15 март 2019 год и это

постановление дал сильнейший толчок развитие сельскохозяйственный кооперации[1].

По характеру произведенного конечного продукта агропромышленный комплекс можно подразделить на *продовольственный* и *непродовольственный* комплексы товаров. Конечной продукцией последнего являются текстильные товары, товары легкой промышленности и др.

Основная часть АПК представлена продовольственным комплексом. Он включает в себя ряд отраслей и производств, которые занимаются производством, переработкой и доведением продуктов питания до потребителей. Роль отводится *сельскохозяйственному производству*, призванному обеспечивать перерабатывающую промышленность необходимым сырьем.

Продуктовый подкомплекс – это совокупность предприятий и организаций, последовательно выполняющих стадии производственного цикла от производства сырья до получения готовой продукции.

По выполняемым функциям, роли в производстве продуктов питания и обеспечении ими населения в продуктовых подкомплексах можно выделить четыре *сферы*:

1) производство средств производства для сельского хозяйства, перерабатывающей промышленности и других отраслей;

2) производство сельскохозяйственной продукции;

3) переработка сельскохозяйственного сырья;

4) производственная инфраструктура подкомплексов: агросервисное обслуживание, заготовка, хранение, транспортировка и реализация готовой продукции.

Основная часть стоимости конечного продукта производится в *третьей* и *четвертой* сферах, так как здесь осуществляется переработка сельскохозяйственного сырья, его хранение, фасовка и упаковка готовой продукции. По отраслевому признаку выделяются следующие основные продуктовые подкомплексы: *зерновой*, *картофельный*, *льноводческий*, *плодоовощной*, *свеклосахарный*, *масложировой*, *молочный*, *мясной*.

Плодоовощепродуктовый подкомплекс включает совокупность отраслей, занятых производством, заготовкой, хранением, переработкой и реализацией плодов, ягод и овощей.

---

[1] *Постановление Президента Республики Узбекистан «О мирах по развитию сельскохозяйственной кооперации в плодоовощной отрасли» 15 март 2019 год*

Овощеводство и плодоводство сконцентрированы в пригородных зонах крупных городов. Большой удельный вес занимает овощеводство защищенного грунта. Основные виды – теплицы, парники и утепленный грунт; основные культуры – огурец и томат. Кроме них возделывается перец, баклажаны, зеленные культуры. Для большинства районов страны овощи в теплицах выращиваются в зимне-весенний и осенне-зимний периоды.

Наибольшее развитие садоводство и овощеводство получили в личных подсобных хозяйствах населения.

Хранение плодов и овощей осуществляют в специальных хранилищах: плоды, овощи, картошка, лука хранилищах. При недостатке таких объектов овощи могут храниться в буртах и траншеях.

Переработку плодов и овощей осуществляют как на консервных заводах, так и в собственных цехах сельскохозяйственных предприятий.

Экономическая эффективность выражает соотношение полученных результатов с произведенными затратами и использованными в процессе производства ресурсами земли, рабочей силы, техники и других материальных средств. Она характеризует способность организации в процессе функционирования получать экономический эффект – результат своей деятельности.

Социальная эффективность проявляется в создании лучших условий для воспроизводства рабочей силы и повышения благосостояния народа (улучшение условий труда и социально-культурного обслуживания на селе, повышение реальной заработной платы и т. д.).

При рассмотрении эффективности агропромышленного производства принято различать следующие виды эффективности:

– **производственно-технологическая** – отражает эффективность использования производственных ресурсов. Она характеризуется системой показателей, отражающих степень использования земельных, материальных и трудовых ресурсов в процессе производства (земле отдача, фондоотдача, материала отдача, трудоемкость и др.);

– **производственно-экономическая** – характеризует совокупное влияние производственно-технологической эффективности и экономического механизма, измеряется стоимостными показателями (себестоимость продукции, валовой и чистый доход, прибыль и пр.);

– **социально-экономическая** – является производной от производственно-экономической эффективности и характеризует эффективность работы в целом. Для этого используются следующие показатели: стоимость продукции на единицу земельной площади, норма прибыли, уровень рентабельности и др.;

– экологическая – характеризует результативность производства сельскохозяйственной продукции с учетом экологического влияния отраслей АПК на окружающую среду. Такая эффективность отражает результативность затрат, связанных с ликвидацией или предупреждением негативных последствий для природной среды, вызванных сельскохозяйственной деятельностью, а также потери продукции (затраты на проведение реконструкции мелиоративных систем, на освоение безотходных технологий, на проведение мероприятий по сохранению и повышению плодородия почв, по преодолению эрозии земель).

Если же по каким-то причинам от объединения нескольких сельскохозяйственных товаропроизводителей в кооператив в жизни каждого из них ничего не меняется (например, если оптовая цена приобретаемых через кооператив ресурсов не отличается от розничной), от создания кооператива лучше отказаться – смысла в создании такого кооператива нет.

Литература

1.Постановление Президента Республики Узбекистан «О мирах по развитию сельскохозяйственной кооперации в плодоовощной отрасли» 15 март 2019 год

2.Н. В. Ермалинская , Е. А. Кожевников Кооперация в агропромышленном комплексе, учебное пособие,2016

3.Особенности создания и деятельности сельскохозяйственных кооперативов, Москва 2018год

4. М. И. Туган-Барановский Социальные основы кооперации. Москва, Юрайт, 2016

5.Эргашев Р.Х.,А.Д.Равшанов- Инновационной направления устойчивого развития аграрного сектора Узбекистана, IV Международной научно-практической конференции "Формирование эффективной модели развития предприятия в условиях рыночной экономики" Житомир, (24-25ноября 2016 года) 325-327 стр.

УДК 330.332.011

Кащеева Д.А., студентка
экономического факультета
Научный руководитель: Филиппова Т.В.,
м.э.н., ассистент кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет

СОВРЕМНЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СТРОИТЕЛЬНОМ КОМПЛЕКСЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Инновации в современных условиях, являются одним из ключевых факторов развития экономики в Беларуси. Строительство – одна из сложных, отрытых и вероятностных отраслей экономики.

Внедрение и создание новых строительных материалов, инновационных технологий в строительстве, систем управления инновационной деятельностью, позволят усовершенствовать строительный комплекс, что приведет к увеличению темпов экономического роста страны.

Как отрасль материального производства строительство включает в себя проектно-изыскательские, научно-исследовательские, строительно-монтажные организации, производство строительных материалов и специализированный транспорт. Каждое из этих направлений может содержать элементы инновационной деятельности с целью повышения уровня собственной конкурентоспособности.

Весь период времени от зарождения идеи и до введения новшества, составляет жизненный цикл инновационной деятельности. В строительном процессе выделяют три этапа жизненного цикла: 1) предпроектная стадия; 2) строительство, 3) реализация объекта недвижимости.

Строительный процесс - это совокупность взаимосвязанных технологических операций, осуществляемых на строительной площадке, в результате взаимодействия которых создается строительный объект (продукция) [1].

С каждым годом в Республике Беларусь появляется всё больше новых, усовершенствованных строительных тенденции и технологий по улучшению процесса строительства, а в результате и его продукта в виде зданий и сооружений.

Ранее доля строительного комплекса составляла почти 10% от ВВП страны, на сегодняшний день результат снизился, но всё равно остался достаточно высоким.

Существует ряд серьёзных проблем в строительном комплексе, к главным из которых можно отнести: дефицит привлечения инвестиций в строительной отрасли; значительный износ основных фондов (до 70%); нехватка производственных мощностей для выполнения планируемых объёмов строительно-монтажных работ и экспорта продукции стройиндустрии и услуг; большой объём остатков незавершенного строительства, превышающий норму; большая фактическая себестоимость строительно-монтажных работ.

Новшества в строительстве - это огромная сфера, которая включает в себя и развитие производства технологий строительных материалов, их составляющих, и новые технологии и материалы при высотном строительстве. Основное внимание такого развития уделяется не только снижению стоимости конечного продукта, но качеству и экологичности материалов.

Одним из таких нововведений является модульное строительство. Его преимущество состоит в том, что оно дает возможность эффективно решить проблемы с помещениями различного назначения. Конструкция офисно-бытовых модулей способствует созданию площадки любой конфигурации и площади, а возведение такого здания производится за несколько дней, при помощи единообразия панелей и несущих конструкций. Так же модули могут легко разбираться и транспортироваться в любое другое место. Еще одним значительным преимуществом является более низкая стоимость по сравнению с капитальным строительством.

В нашей стране, а именно в Минске и Могилеве, совсем недавно были построены энергоэффектиные дома второго поколения. В этих домах применимы системы рекуперациий воздуха, утилизации тепловой энергии сточных вод и солнечных коллекторов. Инновации в области энергоэффективности стремительно развиваются и очень вероятно, что в скором времени будут возводиться дома уже третьего поколения, так как важным преимуществом такого вида строительства является снижение затрат на энергоресурсы.

Еще к нововведениям в строительном комплексе можно отнести фотоэлектрические панели из стекла, которые могут создать собственную электроэнергию, превращая всю внешнюю конструкцию здания в панели солнечных батарей. На выходе фотоэлектрического модуля генерируется постоянный ток, который применяется как напрямую, так и накапливается в аккумуляторных батареях для дальнейшего использования. Эта перспективная технология, которая сможет найти применение не только в городских многоэтажных домах, но и в других различных отраслях.

К строительным технологиям, которые являются трендом для Республики Беларусь и всего мира, можно отнести интеллектуальные здания. Это единый комплекс всех подсистем и инженерного оборудования здания для централизованного и автоматизированного управления и контроля в целях улучшения комфорта. Такие технологические тенденции могут получить распространение в индустрии коммерческой недвижимости. Это позволяет оптимально и рационально использовать пространство, снизить потребление энергии и снизить негативное воздействие на окружающую среду [2].

Таким образом, при масштабном внедрении всех выше перечисленных современных технологий в строительную отрасль Республики Беларусь, произойдет уменьшение стоимости и времени на производство строительно-монтажных работ, повысятся показатели энергоэффективности, экологичности, что поможет привлечь отечественных и иностранных инвесторов. Наша страна будет продолжать развивать и усовершенствовать себя в области инновационной деятельности строительного комплекса.

Список использованных источников

1 Артеменко А. А. Актуальные вопросы инновационного развития строительства // Молодой ученый. — 2015. — №11. — С. 742-744. — URL: https://moluch.ru/archive/91/19447/ (дата обращения: 21.10.2019).

2 Строительный портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]: Полезные технологии в строительстве. URL: https://sprb.by/stroitelstvo/1757-poleznye-tehnologii-v-stroitelstve.html (дата обращения 21.10.2019).

УДК 330.332.011

Кащеева Д.А., студентка
экономического факультета,
Научный руководитель: Филиппова Т.В.,
м.э.н., ассистент кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет

ВЕНЧУРНЫЙ ИННОВАЦИОННЫЙ БИЗНЕС В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В нынешнем мире с быстрым развитием научного и технического прогресса, а также в условиях невероятной конкуренции предприятия начинают искать новые пути доходов, внедряя новые идеи и

технологии. Под воздействием таких факторов на смену устоявшейся научно-технической политике приходит новая – инновационная, что в свою очередь даёт начало новым компаниям и предприятиям, основой которых является – венчурное финансирование.

Венчурное финансирование –это инвестиции повышенного риска сроком от 5 до 7 лет частного капитала в акционерный капитал новосозданных перспективных компаний, которые акцентированы на разработку, создание и производство новых инновационных товаров, для их развития, с конечной целью – получение прибыли от выросшей стоимости проинвестированных средств.

Венчурный бизнес (финансирование) начал формироваться в 50-х годах XX века правительством США. Для этого был создан специальный институт – SBA (Small Business Administration) и принят закон об инвестициях в малый бизнес.

Венчурный бизнес в Республике Беларусь – это новая отрасль ведения бизнеса. Используя ошибки прежних лет западных компаний Беларусь может быстрее внедрять венчурный бизнес.

Научные исследования экономического потенциала развития **венчурной индустрии** в Беларуси показали, что существует ряд проблем в данной области: зарегулированность, тяжелое налоговое бремя для вновь созданных предприятий, ограничения в инвестировании рисковых проектов для субъектов рынка и потенциальных инвесторов, неотлаженная судебная система, проблемы с защитой прав на интеллектуальную собственность, неразвитая инфраструктура (бизнес-инкубаторы, инновационные центры, инвестиционные, пенсионные и страховые фонды).

Для иностранных венчурных инвесторов привлекательными являются следующие факторы в экономике Беларуси:

- Наличие законодательства, позволяющего регистрировать венчурные организации и фонды.
- Льготы по налогу на прибыль при выходе из венчурных проектов, что в перспективе повышает вероятность введения данной нормы для всех субъектов венчурной индустрии.
- Стабильность экономики и отсутствие коррупции (в особенности по сравнению с нашими ближайшими соседями, Россией и Украиной).
- Страна переориентирована на инновационный путь развития, и этот переход практически завершен. Что особенно важно, имеется стратегический законодательный документ с утвержденной программой действия для правительства.
- Уровень науки и технологий в Беларуси имеет достаточный потенциал, чтобы заинтересовать венчурных инвесторов, в том числе

иностранных.

Тем не менее, есть и негативные факторы для развития венчурного бизнеса в стране:

1. Незащищенность права инвесторов в хозяйственных судах, что сдерживает приход иностранных венчурных инвесторов в нашу страну.

2. Отсутствие опыта реализации венчурных проектов национальными компаниями.

3. Незначительная степень поддержки государством до недавнего времени малого предпринимательства, в том числе инновационного (мало создано бизнес-инкубаторов, центров поддержки малого предпринимательства, все еще сложно получить площади, кредиты таким инновационным предприятиям).

4. Очень скудная информация за рубежом о потенциале белорусских научно-технических разработок [1].

Остальные же вопросы, связанные непосредственно с деятельностью венчурных структур, такие как репатриация прибыли, налоговая база, защита прав на интеллектуальную собственность, страхование рисков венчурного проекта, выход из венчурного проекта, вполне решаемы в рамках действующих мер по либерализации экономики.

В целом, как показывает мировой опыт, без целенаправленной государственной поддержки запустить венчурные механизмы очень сложно. Решением данных проблем может стать разработка Концепции венчурного развития страны и принятие соответствующих мер для ее реализации.

RBF Ventures — первый в Беларуси классический венчурный фонд, ориентированный на финансирование белорусских проектов. Учредителями выступили Белорусский инновационный фонд и Российская венчурная компания.

Инвестиционный фокус Фонда – белорусские и российские технологичные стартапы, находящиеся на посевной стадии и стадии роста.

Фонд системно использует классические инструменты венчурного финансирования:

- Финансирование через приобретение долей в проекте (10-40%).
- Вхождение Фонда в уставный капитал компании.
- Конвертируемые займы.
- Опционы.

Срок работы фонда — 10 лет. При этом инвестиции будут осуществляться первые 5−7 лет, в оставшееся время фонд будет искать покупателей для портфельных компаний.

В фокусе финансирования проекты на разных стадиях. Конечно, условия - гибкие, подбираются индивидуально под особенности конкретного проекта, с учетом его сильных и слабых сторон.

Но можно выделить общие подходы:

- Посевная стадия — выручка компании еще незначительна. Такие проекты могут получить средства в размере до $ 400 тыс. Обязательное требование: наличие в проекте частного соинвестора, в размере не менее 25% от объема инвестиций в раунде.

- Компании более поздних стадий могут претендовать уже на более высокий объем вложений — до $ 2 млн.

- Портфельные компании могут также рассчитывать на поддержку в выстраивании отношений с государственными структурами и помощь в поиске дополнительных инвестиций следующих раундов.

С недавних пор запустился проект «100 идей для Беларуси». Проект покоряет своими возможностями как участников, так и организаторов. По итогам конкурса проектов победителям вручаются гранты и ваучуры для реализации своей идеи. Такой проект не только позволяет молодежи проявить свою креативность, знания и талант, но и получить финансирование для реализации своего инновационного проекта.

По оценкам специалистов, в среднем для поиска инвестора для одного венчурного проекта необходимо, чтобы его оценило не менее 50 инвесторов, 5–7 из которых заинтересуется проектом и лишь 1–2 его проинвестируют. Таким образом, для того чтобы реализовать хотя бы 20 проектов в год необходимо не менее 1000 бизнес-инвесторов [2].

В Беларуси есть потенциал развития венчурного бизнеса. Об этом свидетельствуют активность инвесторов в последние годы и потребность в инвестировании большого количества стартапов на начальном уровне развития. Несмотря на слабость данной отрасли в нашей стране, Беларусь практически не отстаёт от стран региона по таким показателям, как:

- Количество сделок.
- Потенциал инвесторов.
- Емкость рынка.
- Пользующимся спросом секторам.

По мнению многих специалистов, в ближайшие годы венчурный бизнес в Беларуси приобретет очертания индустрии. Количество инвесторов в проекты будет расти. Все больше пользы будут приносить бизнес-инкубаторы для развития венчурных компаний.

Список использованных источников

1. Осокина И. Проблемы финансирования инновационных проектов

в научно- технической сфере / И. Осокина // Общество и экономика. 2009.

2. Давыдова, Н. Инвестиционно-финансовое обеспечение инновационного развития экономики Республики Беларусь / Наталья Давыдова // Банкаўскі веснік. - 2008. - №34 (снежань). - С. 36-41.

УДК 330.332.011

Климец В.А., студентка
Научный руководитель: Филиппова Т.В.,
м.э.н., ассистент кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИННОВАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Инновационная политика государства представляет собой совокупность форм, методов и направлений воздействия государства на производство с целью выпуска новых видов продукции и технологии, а также расширение на этой основе рынков сбыта отечественных товаров.

Целью государственной инновационной политики в Республике Беларусь является создание благоприятных социально-экономических, организационных и правовых условий для инновационного развития и повышения конкурентоспособности национальной экономики.

Основными задачами государственной инновационной политики являются:

- обеспечение экономического и социального развития Республики Беларусь за счет эффективного использования интеллектуальных ресурсов общества;
- обеспечение правового регулирования, стимулирующего инновационное развитие национальной экономики;
- формирование и комплексное развитие национальной инновационной системы, обеспечение ее интеграции в мировую инновационную систему с учетом национальных интересов;
- создание благоприятных условий для осуществления инновационной деятельности, в том числе для вложения инвестиций в данную сферу;
- стимулирование авторов (соавторов) инновации;
- содействие созданию и развитию рынка инноваций;
- развитие государственно-частного партнерства в сфере инновационной деятельности;

- прогнозирование технологического развития;
- организация подготовки, переподготовки и повышения квалификации кадров в сфере инновационной деятельности;
- развитие международного сотрудничества в сфере инновационной деятельности.

Инновационная политика в любом государстве, независимо от его экономической мощи, направлена на развитие научно-технического потенциала, обновление существующих и создание новых технологий в различных отраслях, создание системы коммерциализации научных разработок. В этой связи не может не тревожить состояние инновационной политики в республике. Кризисное состояние экономики, неразвитость финансово-кредитной системы, инфляция вынуждают правительство принимать меры сугубо временного характера[1].

Национальная инновационная система представляет собой совокупность государственных органов (организаций), регулирующих отношения в сфере инновационной деятельности, юридических и физических лиц, осуществляющих и (или) обеспечивающих осуществление инновационной, научной, научно-технической и образовательной деятельности в пределах национальных границ, а также комплекс институтов правового, финансового и социального характера, обеспечивающих инновационный процесс и функционирование системы в целом.

Основными направлениями государственной инновационной политики Республики Беларусь на 2016–2020 годы являются:

- организация разработки и реализации инновационных проектов, имеющих государственное значение;
- развитие инновационного предпринимательства;
- повышение эффективности управления национальной инновационной системой;
- формирование институциональной среды, стимулирующей инновационную деятельность;
- развитие системы технологического прогнозирования и повышение эффективности научно-технической деятельности;
- развитие экспорта наукоемкой продукции и технологий;
- кадровое обеспечение инновационного развития национальной экономики [2].

Инновационная деятельность – процесс возникновения идеи, ее разработка, освоение производство, предпринимательство, управление этими процессами, выход на рынок, доведение до конкретного потребителя.

Характерные особенности инновационной деятельности как объекта управления:

- повышенный риск;
- зависимость эффективности использования ресурсов от уровня новизны технологий;
- цикличность инновационной деятельности на макро- и микроуровне;
- специфические модели продвижения инноваций на рынок.

Влияние инновационной деятельности на конкурентоспособность продукции:

- предпочтение по ценовым факторам обеспечивается на основе инновационной деятельности, которая направлена на использование новых технологий, оборудования, материалов, позволяющих снизить затраты на производство данного вида продукции, что приведет к снижению цены изделия. Таким образом, обеспечивается повышение конкурентоспособности за счет ценовых факторов,
- инновационная деятельность позволяет повысить конкурентоспособность продукции и за счет неценовых факторов, т.к. переход на выпуск новых изделий с улучшенными технико-экономическими параметрами привлекает потребителей за счет более высоких характеристик изделия. В настоящее время на развитых рынках покупатель принимает решение о покупке товара исходя из цены эксплуатации, а не цены продажи[3].

Оценка эффективности реализации Государственной программы осуществляется Государственным комитетом по науке и технологиям совместно с заказчиками Государственной программы на этапах ее выполнения ежегодно путем сравнения фактически достигнутых значений сводных целевых показателей за соответствующий год с плановыми значениями сводных целевых показателей Государственной программы и рассчитывается по следующей формуле:

$$E = \frac{1}{n} \times \sum_{i=1}^{n} \frac{П_{фi}}{П_{пi}}, \quad (1)$$

где E – показатель эффективности реализации Государственной программы;

n – количество сводных целевых показателей;

$П_{фi}$ – значение i-го сводного целевого показателя, фактически достигнутое в ходе реализации Государственной программы;

$П_{пi}$ – плановое значение i-го сводного целевого показателя Государственной программы.

Реализация Государственной программы признается:

- эффективной – при значении показателя эффективности ее реализации 0,9 и более;
- умеренно эффективной – при значении показателя эффективности ее реализации от 0,8 до 0,9;
- малоэффективной – при значении показателя эффективности ее реализации от 0,7 до 0,8;
- неэффективной – при значении показателя эффективности ее реализации менее 0,7.

Инновация - это развивающийся комплексный процесс создания, распространения и использования новой идеи, которая способствует повышению эффективности работы предприятия.

Важнейшей характеристикой инноваций является уровень новизны. Так предприятие, производящее инновационную продукцию, может получить существенный экономический эффект, если эта продукция является принципиально новой, предназначенной для удовлетворения ранее неудовлетворявшихся потребностей.

Список использованных источников

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. [Электронный ресурс] UR:http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=H11200425/html (Дата обращения: 28.10.2019).

2. Государственная программа инновационного развития в РБ 2016-2020 г.г.. Министерство сельского хозяйства и продовольствия РБ. [Электронный ресурс] UR: https://mshp.gov.by/programms/fdbac4b499a1dde8.html (Дата обращения: 28.10.2019).

3. Мероприятия программы инновационного развития РБ. [Электронный ресурс] UR: https://studfiles.net/preview/5405224.html (Дата обращения: 28.10.2019).

УДК 330.332.011

Климец В.А., студентка
Научный руководитель: Филиппова Т.В.,
м.э.н., ассистент кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет

ПРОГРАММА ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Инновационная программа — комплекс инновационных проектов и мероприятий, согласованный по ресурсам, исполнителям и срокам их

осуществления и обеспечивающий эффективное решение задач по освоению и распространению принципиально новых видов продукции (технологий).

Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы (далее – Государственная программа) разработана в соответствии со статьей 16 Закона Республики Беларусь от 10 июля 2012 года «О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь» (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 26.07.2012, 2/1977) с учетом положений Указа Президента Республики Беларусь от 22 апреля 2015 г. № 166 «О приоритетных направлениях научно-технической деятельности в Республике Беларусь на 2016–2020 годы» (Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь, 24.04.2015, 1/15761), законов Республики Беларусь от 19 января 1993 года «Об основах государственной научно-технической политики» (Ведамасці Вярхоўнага Савета Рэспублікі Беларусь, 1993 г., № 7, ст. 43; Ведамасці Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь, 1997 г., № 33, ст. 657) и от 5 мая 1998 года «О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Республики Беларусь» (Ведамасці Нацыянальнага сходу Рэспублікі Беларусь, 1998 г., № 20, ст. 222).

Государственная программа ориентирована на достижение ценностей социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016–2020 годы в области эффективных инвестиций и ускоренного развития инновационных секторов экономики и является основным документом, обеспечивающим реализацию важнейших направлений государственной инновационной политики.

Целью Государственной программы является обеспечение качественного роста и конкурентоспособности национальной экономики с концентрацией ресурсов на формировании ее высокотехнологичных секторов [1].

Для достижения поставленной цели предполагается решение следующих задач:

- Создание новых высокотехнологичных и наукоемких секторов экономики;
- Создание новых производств, реконструкции и модернизации действующих в экспортно-ориентированных отраслях промышленности;
- Достижение максимального увеличения добавленной стоимости продукции на основе его технологического обновления;
- Обеспечение конкурентоспособности традиционных секторов

национальной экономики на основе их инновационного развития и внедрения передовых технологий;

Основные мероприятия, предусмотренные данной программой;

- Модернизация действующих предприятий и производств на основе внедрения инновационных технологий, технологического переоснащения производств для освоения и выпуска новой продукции;
- Создание новых высокотехнологичных наукоемких предприятий и производств;
- Реализация инновационных проектов, включенных в перечень важнейших проектов по созданию новых предприятий и производств в планы (программы) развития видов экономической деятельности [2].

Источники финансирования:

- собственные средства организаций;
- кредиты банков;
- иностранные инвестиции;
- республиканский бюджет;
- инновационные фонды;
- местные фонды.

Для достижения цели Государственной программы важное значение имеют прогнозирование различного рода рисков и своевременное принятие мер по их минимизации. Данные риски могут оказать негативное влияние на достижение целей Государственной программы и достижение ожидаемых результатов ее реализации.

К основным рискам, которые могут возникнуть при реализации Государственной программы, относятся:

- макроэкономические риски, связанные с ухудшением внутренней и внешней экономической конъюнктуры, снижением объемов производства, ростом инфляции, что может привести к ухудшению финансового положения исполнителей проектов и мероприятий Государственной программы;
- финансовые риски, предусматривающие неполное и (или) несвоевременное финансирование проектов и мероприятий Государственной программы, в результате чего возможно увеличение сроков их реализации или прекращение выполнения этих проектов и мероприятий;
- правовые риски, обусловленные изменением законодательства, длительностью периода формирования нормативной правовой базы, необходимой для эффективной реализации Государственной программы, что может привести к увеличению сроков реализации проектов и мероприятий Государственной программы и (или) изменению условий их выполнения;

- административные риски, связанные с недостаточно эффективной координацией выполнения Государственной программы, низкой эффективностью взаимодействия заинтересованных сторон, что может повлечь нарушение планируемых сроков реализации Государственной программы, решение ее задач не в полном объеме, снижение эффективности выполнения Государственной программы.

В целях минимизации воздействия рисков в ходе реализации Государственной программы планируются:

- повышение межведомственного взаимодействия путем привлечения заинтересованных сторон к обсуждению проектов документов на этапе их разработки;
- учет планируемых изменений в законодательстве;
- ежегодное уточнение объемов финансовых средств, направляемых на реализацию проектов и мероприятий Государственной программы, в том числе в зависимости от достигнутых результатов, и определение приоритетов для их первоочередного финансирования;
- расширение практики финансирования проектов Государственной программы на возвратной основе Белорусским инновационным фондом;
- формирование эффективной системы координации выполнения Государственной программы;
- проведение систематического мониторинга реализации Государственной программы;
- своевременная корректировка Государственной программы.

Перечень проектов по созданию новых производств, имеющих определяющее значение для инновационного развития Республики Беларусь:

- Сельскохозяйственный комплекс по выращиванию грибниц с котельными на газовом топливе (2017-2020 г.);
- Организация высокотехнологичного агропромышленного производства полного цикла (2016–2023 г.);
- Проектирование и строительство Белорусской атомной электростанции (2008-2020 г.);
- Организация производства медицинского стекла и изделий из него с внедрением инновационных технологий и лазерной резки стеклотрубки (2018-2020 г.);
- Разработка и освоение производства малолитражных дизельных двигателей мощностью до 75 лошадиных сил (2015-2020 г.);
- Строительство аккумуляторного завода (2015-2021 г.) [3].

На сегодняшний день инновационная деятельность одна из

располагающих тенденций развития предприятия, которое позволяет быть стране конкурентоспособной. Предприятие, производящее инновационную продукцию, может получить существенный экономический эффект, если эта продукция является принципиально новой, предназначенной для удовлетворения ранее неудовлетворявшихся потребностей.

Список использованных источников

1. Государственная программа инновационного развития в РБ 2016-2020 г.г.. Министерство сельского хозяйства и продовольствия РБ. [Электронный ресурс] UR: https://mshp.gov.by/programms/fdbac4b499a1dde8.html (Дата обращения: 28.10.2019).

2. Мероприятия программы инновационного развития РБ. [Электронный ресурс] UR: https://studfiles.net/preview/5405224.html (Дата обращения: 28.10.2019).

3. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. [Электронный ресурс] UR: http://www.pravo.by/upload/docs/op/p31700031_1486414800.pdf (Дата обращения: 28.10.2019).

УДК 330:322.01

Ковальчук М.С., магістрант, гр. ПВМ-3, ФБСО
Науковий керівник: Ткачук Г.Ю., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ШЛЯХИ ПІДПРИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПАВЛІННЯ ЕФЕКТИВНІСТЮ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах розвитку економіки України та її структурної перебудови особливе значення має оновлення виробничого потенціалу підприємства, необхідною передумовою прискорення якого є достатня наявність інвестиційних ресурсів та можливість їх залучення з урахуванням інвестиційної привабливості підприємств. Прискорення оновлення виробничого потенціалу підприємств на інвестиційній онові забезпечує їх сталий розвиток і конкурентоспроможне функціонування.

Враховуючи актуальність питання підвищення конкурентоспроможності підприємства та його продукції на ринку, ми пропонуємо удосконалення управління інвестиційною діяльністю підприємства за рахунок реалізації інвестиційного проекту реконструкції обладнання підприємства,

Проаналізувавши господарську діяльність підприємства та його інвестиційну політику ми дійшли висновку, що для ТОВ «Галактік» необхідним є проведення повної реконструкції дробильної лінії та налагодження виробництва щебеню фракцій 5-10, 10-20 та 2-5, за рахунок розробки проекту нової сучасної ДСЛ потужністю понад 100 тис. тонн щебеню на місяць.

Також пропонується замінити існуючу зношену техніку на нові потужні машини. Що підвищить ефективність системи управління якістю та конкурентоспроможністю продукції та збільшить обсяги виробництва та реалізації продукції.

Запропонуємо модернізувати одну з виробничих ліній по виробництву щебеню.

Зручне місце розташування ТОВ «Галактік» і значні запаси сировини дають позитивні прогнози щодо подальшого продуктивного та ефективного розвитку підприємства та відкривають можливість максимального забезпечення потреб споживачів у високоякісному гранітному щебені.

Отже, передбачається реконструкцію та модернізацію обладнання на основі сучасних технологій. Інвестиційний проект розрахований на 2 роки.

Передбачувані показники, що характеризують інвестиційний проект, включаючи інвестиційні витрати та передбачуваний дохід, наступні:

1. Сума інвестиційних коштів (в гривнях) 700000 гривень.

2. Період експлуатації інвестиційного проекту (років) 2 роки

3. Сума чистого річного грошового потоку: 1000000 грн, у тому числі:

1-й рік (дохід/прибуток) 600000/250000 грн.

2-й рік (дохід/прибуток) 400000/250000 грн.

Для приведення сум грошового потоку проекту до теперішньої вартості використаємо дисконтну ставку в розмірі 14%, що дорівнює рівню річної інфляції.

Дисконтний множник за фінансовими таблицями відповідно становить за один рік 0,8772, за два роки – 0,7695.

Приведені до теперішньої вартості суми грошового доходу становлять:

за перший рік – 600000×0,8772 = 526320 грн.

за другий рік – 400000×0,7695=307800 грн.

Разом 834120 гривень.

Приведені до теперішньої вартості суми прибутку:

за перший рік – 250000×0,8772=219300 грн.;

за другий рік – 250000×0,7695=192370 грн.

Разом 411670 гривень.

Чистий приведений доход (ЧПД): 83412–70000=134120 гривень.

2. Індекс (коефіцієнт) дохідності (ІД) дозволяє порівняти об'єм інвестиційних витрат із майбутніми доходами по інвестиційному проекту.

Розрахунок індексу доходності здійснюється за формулою:

$$ІД = ЧГП / ІД, \quad (1)$$

де ЧГП – сума приведеного до теперішньої вартості чистого грошового доходу за весь період експлуатації інвестиційного проекту; ІВ – сума інвестиційних витрат на реалізацію інвестиційного проекту.

Для нашого прикладу, використовуючи наведені показники по розглянутому інвестиційному проекту, визначимо індекс доходності.

По проекту індекс доходності становить:

$$ІД = 834120 / 700000 = 1,19$$

Якщо значення індексу доходності менше одиниці або дорівнює їй, то проект повинен бути відхилений у зв'язку з тим, що він не покриє інвестиційних витрат.

3. Індекс (коефіцієнт) рентабельності (ІР) у процесі оцінки інвестиційного проекту має допоміжне значення, оскільки не дозволяє повною мірою оцінити весь позитивний грошовий потік по проекту (не включає амортизаційних відрахувань). Розрахунок здійснюється за формулою:

$$ІР = ЧПс / ІВ, \quad (2)$$

де $ЧП_С$ – середньорічна сума чистого інвестиційного прибутку за весь період експлуатації проекту; ІВ – сума інвестиційних витрат на реалізацію інвестиційного проекту.

Середньорічний прибуток приведений до теперішньої вартості становить 41167/2=20583 гривень.

Індекс рентабельності дорівнює:

$$ІР = 205830 / 700000 = 0,29$$

Індекс рентабельності дозволяє порівняти між собою різні види рентабельності: рентабельність операційної та інвестиційної діяльності, рентабельність активів із рентабельністю власних коштів.

Результати порівняння дозволяють визначити: чи дає можливість реалізація інвестиційного проекту підвищити загальний рівень ефективності виробничої діяльності, що може бути одним із критеріїв прийняття інвестиційного рішення.

4. Період окупності (ПО) є одним з найбільш поширених та зрозумілих показників для оцінки ефективності інвестиційного проекту.

Розрахунок здійснюється за формулою:

$$ПО = ІВ / ЧГП_С, \quad (3)$$

де ІВ – сума інвестиційних витрат на реалізацію інвестиційного проекту; $ЧГП_С$ – середньорічна сума чистого грошового потоку за період експлуатації проекту.

Теперішня середньорічна вартість чистого грошового потоку становить:

$$ЧГП = 834120 / 2 = 417060\ 2 \text{ грн.}$$

З урахуванням середньорічної вартості чистого грошового потоку період окупності становить:

$$ПО = 700000 / 417060 = 1{,}68 \text{ роки}$$

5. Внутрішня ставка доходності характеризує реальний рівень доходності інвестиційного проекту, що виражається дисконтною ставкою, за якою майбутня вартість чистого грошового потоку приводиться до теперішньої вартості інвестиційних витрат.

Внутрішню ставку доходності можна характеризувати як дисконтну ставку, за якою чистий приведений дохід у процесі дисконтування приводиться до нуля.

Розрахунок здійснюється за формулою:

$$ВСД = \sqrt[n]{\frac{ЧГП}{ІВ}} - 1, \quad (4)$$

де ВСД – реальна внутрішня ставка доходності по інвестиційному проекту; ЧГП – чистий грошовий потік за період експлуатації проекту; ІВ – інвестиційні витрати на реалізацію проекту; n – тривалість експлуатації інвестиційного проекту.

Внутрішня реальна відсоткова ставка доходності по проекту, що розглядається, становить:

$$ВСД = \sqrt[n]{\frac{834120}{700000}} - 1 = 0{,}0916\ (9{,}16\%)$$

Нагадаємо, що ми визначили реальну відсоткову ставку доходності по проекту, що має бути без урахування інфляції. Якщо врахувати інфляцію, що дорівнює 14%, то для компенсації інфляційних втрат треба додати інфляційну премію, що обчислюється за відомою формулою Фішера:

$$I_n = T + iT, \quad (5)$$

де I_n – інфляційна премія, Т – темп інфляції, і – реальна відсоткова ставка. Таким чином, у нашому прикладі інфляційна премія становить:

$I_n = 0{,}14 + 0{,}14 \times 0{,}0916 = 0{,}1528$ (15,28%).

Для визначення внутрішньої ставки доходності з урахуванням

інфляції до реальної відсоткової ставки додамо інфляційну премію:

ВСД=0,0916+0,1528=0,24444 (24,44%).

Оскільки внутрішня ставка доходності перевищує відсотки по депозитам, що пропонуються банками, то інвестиційний проект слід вважати привабливим. В цілому проект можна вважати доцільним адже збільшення обсягів виробництва більш якісної продукції позитивним чином вплине на дохід підприємства і тим самим на його чистий прибуток.

Таким чином, підводячи підсумок розгляду проблеми вдосконалення управління інвестиційною політикою, можна відзначити, що в системі управління реальними інвестиціями відбір ефективних інвестиційних проектів являє собою один з найбільш відповідальних етапів. А рішення про вибір проектів і структурі розподілу коштів приймаються на підставі пріоритетів, встановлених інвестиційною політикою на поточний період.

УДК 338.5

Ковришко У.Ю., магістратн, гр. ПВМ-3, ФБСО
Науковий керівник: Бужимська К.О., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ІНСТРУМЕНТИ КОНТРОЛІНГУ ВИТРАТ

Управління витратами здійснюється шляхом реалізації об'єднання функцій управління. Для реалізації цих функцій у сучасній економічній науці розробляються різноманітні методи, прийоми, способи та дії. Стосовно до витрат метод управління розглядається як прийнята послідовність дії, визначальна особливості реалізації функціонального управління через різноманітні інструменти контролінгу витрат.

Дані інструменти є ефективними в певних економічних умовах залежно від цілей підприємства.

Директ-костинг передбачає поділ усіх витрат на змінні і постійні, а також розрахунок на цій основі маржинального прибутку, як різниці між чистим доходом від реалізації та змінними витратами, за рахунок якого можна покривати постійні витрати та формувати прибуток підприємства. Даний інструмент слід застосовувати на підприємствах з низьким рівнем постійних витрат, дрібносерійним та одиничним типом виробництва, де можна легко визначити результат роботи.

Альтернативним варіантом є система абсорпшен-костинг (калькулювання за повними витратами), яка передбачає віднесення до

собівартості продукції всіх витрат, включаючи і постійні. Отже, ціна продукції формується через повні витрати. Абсорпшен-костинг можна застосовувати на підприємстві з окремими індивідуальними замовленнями.

Стандарт-костинг – відомий інструмент контролінгу витрат на основі нормативів, основним завданням якого є облік витрат і відхилень у прибутку підприємства, приведення фактичних витрат у відповідність до норм. Основні рішення, які можна реалізувати за допомогою стандарт-костингу: оперативне управління виробничим процесом, рішення щодо зменшення собівартості та ціни реалізації продукції, зниження рівня запасів у процесі постачання, виробництва і збуту, підвищення продуктивності та ефективності використання обладнання, підвищення якості виробленої продукції тощо.

Таргет-костинг – інструмент стратегічного контролінгу витрат підприємств, який підтримує стратегію зниження витрат і реалізує функції планування виробництва нових продуктів, превентивного контролю витрат і калькулювання цільової собівартості відповідно до ринкових реалій. Тобто, таргет костинг – концепція управління цільовою собівартістю. Таргет костинг допомагає вирішити такі питання, як вихід на нові ринки, забезпечення цільового рівня витрат, створення і просування нового продукту на ринку, модернізація застарілої продукції, підвищення конкурентоздатності підприємства за рахунок низьких витрат та відповідної їм низької ціни, зростання прибутку у довгостроковому періоді.

Видозмінений таргет-костинг– це система кайзенкостинг, метою якого є поступове зниження витрат на етапі виробництва продукції. Головна концепція – безперервно поліпшувати процеси невеликими темпами, а не різке поліпшення в результаті інновацій.

Інструмент JIT ("just-in-time" system) – суть зводиться до відмови від виробництва продукції великими партіями, тобто продукція створюється лише за необхідності і лише в обсязі, на який є попит з боку споживачів. Виробництво розпочинається лише після сигналу про необхідність здійснення відповідного процесу. JIT фокусується на усуненні втрат шляхом стискання часу та відстані.

Відомим інструментом контролінгу витрат є ABC (activity based costing) - облік витрат за процесами, побудований на відстеженні причин виникнення непрямих витрат та їх розподілі між об’єктами обліку на підставі, як правило, природних фізичних вимірників. Головна мета ABC - визначити, яким чином основні виробничі процеси впливають на величину конкретних видів непрямих витрат. Використання activity based costing дає можливість контролювати

процеси різного рівня, визначати їх зв'язок з виробленими продуктами, ступінь участі у створенні вартості для споживача, обґрунтовувати довгострокові рішення по номенклатурі і обсягами продукції, що випускається. Систему АВС використовують найбільші японські, американські і європейські підприємства в різних галузях промисловості для вирішення задач управління витратами маркетингу, виробництва, збуту, логістики, технічної підтримки.

Інструмент «кост-кілинг» (cost-killing) спрямований на зменшення витрат у найкоротший термін без збитку для діяльності підприємства і погіршення перспектив його розвитку. «Кост-кілинг» є універсальним і особливо застосовується у кризових ситуаціях.

Бенчмаркінг витрат передбачає порівняння стану контролінгу витрат на підприємстві з підприємствами-лідерами для прийняття фінансових рішень. Головні рішення, які можуть бути прийняті на основі наведеного інструменту: вихід на нові ринки, закріплення на наявних ринках, визначення напрямків зменшення витрат виробництва, оптимізація їх структури, вибір стратегії діяльності підприємства, вдосконалення власних виробничих, збутових, фінансових показників, впровадження інноваційних технологій, збільшення якості обслуговування клієнтів; формування витрат виробництва при перепродажу товару; отримання об’єктивної думки про дизайн та якість товару конкретного підприємства; моніторинг патентів та ліцензій з метою уникнення порушень тощо.

Операційний аналіз або CVP-аналіз передбачає зіставлення витрат підприємства, доходу від реалізації та отримуваного прибутку. Головні рішення, які можуть бути прийняті на основі наведеного інструменту: скорочення витрат, вихід на нові ринки, обґрунтування маркетингової стратегії, виявлення можливостей запобігання банкрутству підприємства, планування структури витрат таким чином, щоб забезпечити стабільне зростання прибутку.

LCC-аналіз (розрахунок життєвого циклу продукції) передбачає визначення витрат на виробництво і продаж конкретних виробів впродовж усього життєвого їх циклу та порівняння їх із сумою доходів. Фінансові рішення, які можуть бути прийняті на основі наведеного інструменту: вихід на нові ринки, випуск продукції та виведення її на наявні ринки, ефективне використання наявних ресурсів, розгляд планів щодо реалізації нових інвестиційних проектів, проведення тендерів на виконання послуг, виробництво і поставку технічних об’єктів, в основному з великою початковою вартістю і довгим періодом життя.

Інструмент VCC (Value Cost Chain або управління ланцюжком споживчої вартості) застосовується у стратегічному контролінгу витрат.

Передбачає аналіз витрат, що знаходяться поза сферою прямого впливу підприємства. Фінансові рішення, які можуть бути прийняті на основі наведеного інструменту: вихід на нові ринки, підвищення конкурентоспроможності підприємства за рахунок низьких витрат і відповідної їм низької ціни, ефективне використання наявних ресурсів.

Як висновок зазначимо, що жоден з розглянутих інструментів не може вважатися універсальним і у певний період життєвого циклу підприємству слід застосовувати різні інструменти. Це зумовлюється особливостями господарської діяльності підприємства, сферою його діяльності, а також різними стратегіями його розвитку.

Список використаної літератури:

1. Борисюк І. О. Формування системи управління витратами підприємства / І. О. Борисюк, Я. В. Семеняка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://modecon.mnau.edu.ua/osoblyvosti-formuvannia-finansovykh-resursiv-silskohospodarskykh-pidpryiemstv/

2. Паскалова А.Г. Аналіз доцільності використання сучасних інструментів контролінгу витрат на молокопереробних підприємствах / А.Г. Паскалова // Економіст. – 2014. – №12. – С. 71-73.

УДК 338.24.021.8

Кондратюк А.Э., студентка
Брестский государственный технический университет

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Обеспечение конкурентных преимуществ на макро- и микроуровнях неразрывно связано с развитием инновационной деятельности в стране. Республика Беларусь на сегодняшний день является одной из наиболее инновационно-ориентированных стран на постсоветском пространстве. Государственная политика Республики Беларусь в области науки и технологии направлена на повышение числа наукоемких проектов во всех секторах экономики, увеличение числа занятых в НИОКР и таргетирование развития наукоемких отраслей.

Основными документами, определяющими направления инновационного развития в Республике Беларусь являются:

- Стратегия «Наука и технологии: 2018-2040»
- Государственная программа инновационного развития

Республики Беларусь на 2016–2020 годы

- Государственная программа «Наукоемкие технологии и техника» на 2016–2020 годы
- Приоритетные направления научно-технической деятельности в Республике Беларусь на 2016–2020 годы

Развитие инновационной деятельности обеспечивается за счет национальной инновационной системы (НИС) – совокупности законодательных, структурных и функциональных компонентов.

Управление НИС РБ осуществляется Президентом РБ, Советом Министров РБ, Республиканскими органами государственного управления и органами местного управления.

Согласно статистическому сборнику Белстата «Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь, 2018» в 2018 году по сравнению с 2011 годом прирост доли высокотехнологичных и наукоемких отраслей экономики в ВВП составил 5,9%, однако при этом наукоемкость ВВП упала на 0,09% [1, 13].

В связи с падением наукоемкости ВВП так же снизалась и доля экспорта наукоемкой и технологической продукции в общем объеме экспорта. Падение составило 2,6% [1, 15].

Основной причиной такого падения может служить снижение внутренних затрат на научные исследования и разработки (в процентах к ВВП). Данные представлены на рисунке 1[1, 72].

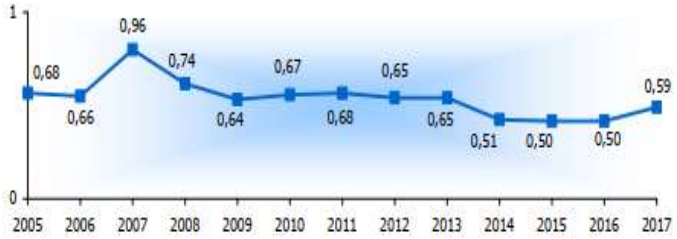


Рис. 1 – Показатели внутренних затрат на научные исследования и разработки (в процентах к внутреннему валовому продукту)

Еще одной весомой причиной является снижение числа организаций, выполняющих научные исследования и разработки, и, как следствие, снижение численности персонала в НИОКР на 9% и 15% соответственно [1, 43].

В результате снижения научной деятельности в стране по сравнению с 2011 годом в 2018 году число заявок на патентование изобретений снизилось практически в 3 раза с 1871 до 524 заявок в год [1, 129].

По результатам опроса субъектов предпринимательства в сфере промышленности было выяснено, что основными факторами, препятствующими развитию инновационной деятельности в стране, являются недостаток денежных средств на разработки, низкий инновационный потенциал организаций, недостаток квалифицированных кадров, недостаток информации о рынках сбыта, недостаток возможностей для кооперирования с другими предприятиями, высокий экономический риск, длительные сроки окупаемости и неопределенность сроков инновационного процесса.

Основным способом решения данных проблем является стимулирование инновационной деятельности (ИД). Формы стимулирования инновационной деятельности определены статьей 35 Закона РБ О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь. К ним относят: финансирование инновационных проектов за счет средств республиканского и (или) местных бюджетов, предоставление права пользования гос. имуществом для осуществления ИД, осуществление гос. закупок товара в сфере ИД, возмещение расходов субъектам инновационной деятельности по патентованию объектов интеллектуальной собственности за рубежом, содействия в подготовке, переподготовке и повышении квалификации кадров в сфере инновационной деятельности, финансирование участия субъектов инновационной деятельности и субъектов инновационной инфраструктуры в международных выставках, ярмарках, конференциях, семинарах и иных подобных мероприятиях, выплаты вознаграждений авторам изобретений, таможенное регулирование экспорта инновационной продукции, а также импорта сырья и оборудования для инновационных предприятий и иные формы [2].

Одной из форм стимулирования инновационной деятельности в стране также могут являться и налоговые льготы в зависимости от степени участия в инновационной деятельности, а также их формы.

В целом в Республике Беларусь наблюдается тенденция снижение активности инновационной деятельности. Главными причинами являются недостаток финансирования, так как на долю науки и технологий отводится менее 1% ВВП страны, риски, связанные с ведением инновационного процесса, неопределенность его сроков, а также недостаток квалифицированных кадров. Последняя проблема связана с большим расслоением будующих специалистов в вузах по специальностям при поступлении, в результате чего специальности, связанные с наукой, остаются невостребованными. Данная проблема решается за счет проведения ряда реформ в сфере образования на

уровне государства, в первую очередь за счет пересмотра системы вступительных экзаменов в вузы.

Список использованных источников

1. Наука и инновационная деятельность в Республике Беларусь, 2018: статистический сборник // Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnayastatistika/publications/izdania/public_compilation/index_10791/ – Дата доступа: 22.10.2019.

2. О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республики Беларусь: Закон Республики Беларусь от 10 июля 2012 г. № 425-З : с изм. и доп. : текст по состоянию на 11 мая 2016 г. // Национальный правовой портал Интернет-портал Республики Беларусь. – Режим доступа: http://www.pravo.by/document/?guid=3871&p0=H11200425 – Дата доступа: 23.10.2019.

УДК 34.72.012.6

Кондратюк А.Э., Бут-Гусаим И.П.,
студенты,специальности Экономика и управление на предприятии
Научный руководитель: Филиппова Т. В.
м.э.н., ассистент кафедры менеджмента
Брестский государственный технический университет

РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

На рубеже XX и XXI веков одними из основных процессов в международной экономике стали процессы глобализации и интеграции. Мировое сообщество пришло к мнению, что объединение национальных хозяйств всех стран мира создаст благоприятные условия для беспрепятственного движения товаров, услуг, финансов, капиталов и трудовых ресурсов из страны в любую точку мира.

Данное утверждение было одновременно и правильным, и ошибочным. Для крупных компаний процесс глобализации открыл новые возможности и перспективы. Возможность иметь производство в одной стране, управленческое звено в другой, а сбыт в третьей позволили компаниям существенно снизить свои издержки и повысить

прибыль.

Говоря не о транснациональных компаниях, а о субъектах малого и среднего предпринимательства, мы видим, что не все так гладко. В первую очередь к существенным плюсам от процесса глобализации можно отнести возросшие показатели экспорта и внешнего торгового сальдо, научно-технический прогресс, который идет довольно близко с интеграционными процессами, и позволил малым и средним предприятиям внедрять в свои производства новые и передовые технологии. Внедрение разработок научно-технического комплекса является более простым и быстрым именно на небольших предприятиях. Затраты и масштабы работ значительно меньше, чем на крупных компаниях, а экономический эффект можно увидеть быстрее.

Тем не менее, несмотря на позитивное влияние глобализации, имеется ряд негативных моментов. В противовес возросшему экспорту приходит и значительно увеличившейся показатель импорта, что создает проблемы для небольших компаний, ориентированных на внутренний рынок. В таких условиях государство не редко вынужденно сокращать объемы импорта товаров и проводить политику протекционизма, что может негативно сказаться на политико-экономических отношениях со странами-партнерами.

Справедливо и утверждение, что на микроуровне процесс глобализации требует от предпринимателя больших знаний и умений. Простое ориентирование в экономической среде уже не помогает решать существенные глобальные проблемы. Одним из примеров является внедрение специальным CRM-систем на предприятии. На данный момент большинство малых и средних компаний, а в особенности индивидуальные предприниматели, используют для ведения всех экономических операций такие программы, как Excel, различные версии и конфигурации 1С или Галактики. Данные программы, конечно, хороши и имеют ряд неоспоримых преимуществ. Однако следует заметить, что из-за ряда положений, непрописанных в этих программах, например, отсутствие полной взаимосвязи всех отделов компании в одной программе и необходимость использования нескольких, интегрированных между собой для достижения наибольшего экономического эффекта, приводит к завышенному показателю издержек, которые можно и нужно сократить. Решением может являться внедрение платформы Salesforce, которая позволяет подстраиваться под любые особенности внутренней и внешней среды предприятия и добавлять инструменты, необходимые для решения узкопрофильных проблем в конкретной компании.

Так же негативной чертой является слишком тесная связь компаний

и стран между собой. Примером на макроуровне служит финансовый кризис в 2014-2016 годах, когда резкое падение российского рубля в ответ на санкции «запада» вызвало незамедлительное падение и белорусской национальной валюты, начав тем самым непродолжительный, но неприятный период стагнации белорусской экономики.

Если посмотреть на картину в целом, то все-таки можно заметить ряд положительных особенностей, которые прослеживаются с развитием глобализации. Во многом эти положительные особенности имеют финансовый характер. Так, выручка компаний постоянно растет, как и увеличивается число субъектов малого и среднего бизнеса. По данным Белстата, в 2018 году по сравнению с 2016 годом выручка увеличилась на 49,8%, а число компаний в этом секторе предпринимательства на 3,6%.

С точки зрения международных экономических отношений можно увидеть положительные сдвиги. Оборот внешней торговли за тот же период вырос на 58,7 %, экспорт на 62,2%, однако и импорт возрос на 56,7%. И если посмотреть статистику по годам, по мы заметим, что импорт превалирует над экспортом, что является негативной тенденцией [1].

Для моделирования и прогнозирования же используются ряд статистических приемов, отражающих возможный тренд развития малого и среднего предпринимательства в стране. Один из них - это использование формулы времени на основе метода наименьших квадратов. С помощью данного возможное количество предприятий МСБ и их выручку на ближайшие несколько лет.

Для повышение эффективности предпринимательства ученым Й.Шумпетером были разработаны инновационные механизмы функционирования предпринимательских структур. Одной из частей этих механизмов является технологии целенаправленного поиска инновационных решений – главный инструмент предпринимателя в условия глобализационных процессов.

Данная теория определяется 3 принципами: базовый принцип, принцип историзма или ретроспективный принцип, принцип единой формализации.

Первый принцип – основа всей технологии. Он предполагает использовать информацию как основу всего существующего. Принцип историзма по своей сути отражает ретроспективу развития человеческого спроса. Он реализован в виде иерархической матрицы удовлетворения потребностей человека. И третий принцип – принцип единой формализации предлагает использовать функционально

физический анализ. В ходе его применения определяется качество принятых предпринимателем управленческих или технических решений. Если решение качественное, оно реализуется, если нет – разрабатываются новые решения [2].

Таким образом, мы видим, что процессы глобализации и интеграции сыграли значительную роль в становлении современной экономической системы. Влияние на малый и средний бизнес можно рассматривать с различных сторон, но прийти к единому мнению не представляется возможным, так как и положительные, и отрицательные аспекты присутствуют.

Прогнозирование развития предпринимательства является достаточно эффективным шагом для оценки возможных финансовых результатов. Однако любое прогнозирование носит вероятностный характер и не защищено от влияния случайных факторов.

Лучшее, что можно сделать в данных условиях, - это придерживаться стратегий по обеспечению эффективности предпринимательской деятельности. Не стоит прогнозировать, стоит действовать и делать все возможное, чтобы мы сами могли влиять на будущие результаты, за счет принятия верных решений сегодня.

Список использованных источников

1. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь: статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь, пред. редкол. И.В. Медведева - Минск : Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 2019. – 16-17 с.

2. Колоколов В.А Предпринимательство в условиях глобализации /В.АКолоколов //Журнал «Фундаментальные исследования». – 2005. – №1. – 75-77 с.

УДК 33-2964

Копыркин М. Ю., студент
УО Брестский Государственный Технический Университет

ГЛОБАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ

Ввиду неравномерного распределения, а также нерационального использования ресурсов, население отдельных регионов нашей планеты

испытывает их острый недостаток. В сложившейся ситуации поведение человека зачастую предопределяют неудовлетворённые первичные потребности, что влечёт за собой катастрофальные последствия. В первую очередь, речь идёт о странах третьего мира, население которых составляет почти 2/3 всего населения Земли, социально-экономическое развитие которых подвержено влиянию извне, что является следствием либо их колониального прошлого, либо актуальной геополитической и экономической ситуации отдельных регионов, для которой нередкими стали неоколониальные отношения между развитыми капиталистическими и вышеупомянутыми государствами.

Первостепенной задачей всех развивающихся стран является преодоление проблемы бедности и отсталости. [2,с.35-36] За чертой бедности на данный момент проживает 1 300 000 000 человек, при этом еще 879 000 000 находятся на грани бедности и могут перейти ее довольно быстро в случае потери работы, возникновения конфликтов или неблагоприятных погодных условий. [5] Наиболее проблемными в этом отношении на протяжении десятилетий остаются государства Южной Азии, а также Африка южнее Сахары, на которые приходится 16,2% и 41% проживающих за чертой бедности всей планеты соответсвтенно. [7]

В результате от недоедания во всём мире по данным ООН на 2017 год страдает порядка 821 000 000 человек, то есть, каждый девятый житель Земли. К тому же значительная часть нищих людей неграмотна. В беднейших государствах Африки процент грамотного населения не достигает и 30% (Мали – 26%, Нигер и Буркина-Фасо – около 29%). [5]

Принимая во внимание актуальную ситуацию и вышеприведенные факты, встаёт вопрос о том, возможно ли вообще говорить о каком-либо прогрессе и развитии человечества, когда более трети населения планеты оказывается за чертой достойного существования. Усугубляется проблема тем, что достижения научно-технического прогресса, требующие для своего освоения крупных, “неподъёмных” для экономик стран третьего мира, инвестиционных потоков, “обходят стороной” большинство развивающихся государств, их колоссальные по своей численности трудовые ресурсы остаются практически незадействованными, а сами эти государства не в состоянии активно участвовать в мировой хозяйственной деятельности. Таким образом, третий мир пребывает в несколько изолированном положении от более развитых регионов планеты, что формирует в широком общественном сознании населения развивающихся государств негативное отношение к устоявшемуся в мире порядку, которое проявляется в нарастании социальной напряжённости в данных государствах. Как следствие,

сложившаяся ситуация подталкивает различные группы населения и правящие круги развивающихся стран к поиску внутренних и внешних виновников такой бедственной ситуации, что проявляется в увеличении числа и глубины конфликтов в развивающемся мире, в том числе этнических, религиозных, территориальных. Учитывая тенденцию к расширению “клуба” ядерных держав за счет развивающихся стран, последствия данных конфликтов могут стать необратимыми для человечества.

Обращаясь к вопросу функционирования национальной экономики государств третьего мира, обычно исходят из того, что по мере роста доходов будет расти и средняя склонность людей к их сбережению ради будущего потребления. Справедлива здесь и обратная ситуация: чем беднее люди, тем менее приоритетными для них будут попытки сбережения средств, поскольку располагаемого дохода едва ли достаточно для удовлетворения первичных потребностей. Данная закономерность применима и к анализу экономического поведения частных предприятий, а также правительств. В случае с последними в национальной экономике образуется ситуация, при которой валовые внутренние сбережения минимальны, что препятствует росту валовых внутренних инвестиций, без которых уровень экономического развития страны поднять невозможно. Данное явление носит название “порочного круга” бедности, преодоление которого во многом зависит от помощи наиболее развитых государств, для чего необходимо создание благоприятного инвестиционного климата. [1,с.488] Обеспечение притока иностранного капитала в комбинации с новейшими технологиями и программами помощи – наиболее эффективные инструменты стимулирования развивающихся экономик. Подобные инъекции, однако, носят локальный характер, не обеспечивая комплексного подхода к решению основных проблем, а также требуют наличия многих условий, необходимых и для государственных инвестиций, что существенно затрудняет вышеизложенный процесс.

На данный момент человеческая цивилизация достигла той стадии развития, на которой либо начнётся процесс стремительного развития с последующим преодолением всех насущных глобальных проблем и выходом на принципиально новый уровень жизни, требующий от человека детального переосмысления своей деятельности, либо стагнация с последующим регрессом и усугублением вышеупомянутых проблем. Современные методы решения экологических, экономических и социальных проблем не обеспечивают целостного их разрешения и искоренения первопричин. Наиболее эффективным из всех, на сегодняшний день предложенных, решений я вижу проект “Венера”,

направленный на достижение мирной, устойчивой, постоянно и стабильно развивающейся глобальной цивилизации, разработанный Жаком Фреско, подразумевающий переход от денежно-ориентированных национальных экономик отдельных стран ко всемирной ресурсо-ориентированной экономике и объявление всех ресурсов Земли общим достоянием человечества. [6] Это обеспечит комплексный подход к решению проблем голода, бедности и отсталости, преступности, стабилизации численности населения путём повышения уровня образования и добровольного контроля рождаемости. Автоматизация и технологии, облегчающие ручной труд, заменяя его машинным, что при денежных отношениях приводит к снижению общей покупательской способности из-за увеличения количества безработных людей и бесконтрольному использованию ресурсов ради получения прибыли, в ресурсо-ориентированной экономике будут разумно интегрированы во все общественные сферы с целью повышения уровня жизни, а не получения прибыли, которая перестанет играть роль критерия при принятии решений, что обусловит возможность максимального раскрытия человеческого потенциала. Главное же преимущество данного проекта заключается в возможности перехода к новой общественной модели не революционным, а эволюционным путём.

Список использованных источников

1. Авдокушин Е.Ф. Мировая экономика. Экономика зарубежных стран. – М.: МГУ МПСИ, 2001. – 479 с.
2. Борисов Е.Ф. Глобальная экономика, – М. 2005. – 320 с.
3. Дадалко В.А. Мировая экономика: учебное пособие. – Минск: Уранджай, 2006. - 592 с.
4. Соколинский В.М. Глобальные проблемы экономики: учебник. – М.: 2007. – 340 с.
5. OPHI [Электронный ресурс] //Global MPI 2018. URL: https://ophi.org.uk/multidimensional-poverty-index/global-mpi-2018/
6. The Venus Project [Электронный ресурс] URL: https://www.thevenusproject.com/
7. Statista [Электронный ресурс] //Bevölkerung unter der absoluten Armutsgrenze nach Weltregionen 2015. URL: https://de.statista.com/statistik/daten/studie/37764/umfrage/anteil-der-bevoelkerung-unter-der-absoluten-armutsgrenze-von-1981-bis-2005/

УДК 658.821:334.716

Кошельок Г.В., к.е.н., доцент
кафедри економіки підприємства
та організації підприємницької діяльності
Царьов О.С., магістрант
Одеський національний економічний університет

ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність є комплексною категорією, що формується під впливом цілої низки факторів, вплив яких, на думку Н.П. Тарнавської, може підвищувати та зменшувати її загальний рівень, виявляти сильні й слабкі сторони діяльності як самого підприємства, так і його конкурентів [1, с. 77]. При цьому кожен фактор може мати позитивний або негативний вплив на конкурентоспроможність підприємства, кожен з них може діяти мінливо і з різним ступенем впливу в різні моменти часу. Тому для одержання повної картини складових конкурентоспроможності підприємства необхідно чітко визначити і класифікувати всю сукупність факторів, що впливають на досліджувану категорію.

Перш ніж розглядати фактори конкурентоспроможності підприємства, визначимо, що означає термін «фактор» взагалі. Фактор (від лат. factor – той, що робить, виробляє) – рушійна сила, причина якогось процесу або явища; істотна обставина в якомусь процесі або явищі [2, с. 33]. Інакше кажучи, фактор – це причина, яка впливає на певний результат (наслідок). Отже, можна зазначити, що факторами конкурентоспроможності є ті чи інші причини та обставини, що частково впливають на рівень та характер конкурентоспроможності підприємства, або ж повністю визначають його.

В процесі аналізу економічної літератури нами виявлено множину різних підходів щодо визначення переліку факторів, які мають вплив на конкурентоспроможність підприємства, а також на досягнення ним конкурентних переваг. Якщо раніше конкурентоспроможність значною мірою залежала від наявності у підприємства трьох основних факторів виробництва – природних ресурсів, трудових ресурсів та капіталу – а сам: розвиток виробництва, технічний прогрес і сучасні процеси глобалізації зумовили появу нових факторів конкурентоспроможності.

Різні автори залежно від свої наукових поглядів і області маркетингових досліджень обґрунтовують різний набір факторів, що впливають на конкурентоспроможність підприємств. Так І.З.

Должанський [3, с. 47], Н.С. Яшин [4, с. 36] поділяють усю сукупність факторів на фактори зовнішнього та фактори внутрішнього середовища. Варто зазначити, що такий поділ факторів конкурентоспроможності підприємства є загальноприйнятним як у вітчизняній, так і у зарубіжній літературі. Е.Л. Смольянова та В.Б. Малицька [5] поділяють фактори конкурентоспроможності на фактори мегарівня, макрорівня та мікрорівня; О.Є. Россіхіна – на техніко-економічні, комерційні та нормативно-правові [6, с. 185]. О.Г. Янковий пропонує звести всю сукупність факторів до таких груп: техніко-технологічні, організаційно-управлінські, фінансово-економічні, соціально-психологічні, природно-географічні і транспортні, екологічні, галузеві та ринкові [7, с. 38 – 39].

Отже, аналіз наукових праць, в яких висвітлено класифікацію факторів конкурентоспроможності підприємства, показав, що немає єдиної думки вчених з приводу того, які саме фактори є оптимальними для оцінювання конкурентоспроможності підприємства.

З погляду системного підходу найбільшої уваги заслуговує класифікація факторів за джерелами їх походження, тобто їх поділ на внутрішні та зовнішні, які діють у взаємозв'язку і взаємозалежності. В процесі дослідження внутрішні фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємств, нами було поділено на 8 груп, які наведено в таблиці.

Таблиця

Внутрішні фактори, які впливають на конкурентоспроможність підприємства

№ з/п	Групові фактори	Складові факторів
1.	Виробничий потенціал	Виробничий потенціал
		• Рівень автоматизованого регулювання виробничих процесів
		• Система менеджменту якості та ефективність її функціонування
		• Структура основних виробничих засобів, ступінь їх зносу
		• Наявність власних переробних виробництв
2.	• Ресурсний потенціал	• Витрати ресурсів на одиницю готової продукції
		• Рівень та динаміка цін на необхідні ресурси для виготовлення готової продукції
		• Наявність власних ресурсів та відсутність потреби замовлення у постачальників
3.	• Технологічний потенціал	• Рівень технологічного оснащення виробництва
		• Рівень впровадження досягнень НТП
4.	• Кадровий • потенціал	• Прогресивність оплати праці
		• Структура та професійно-кваліфікаційний

		кадровий склад
		• Рівень розвитку мотиваційної функції менеджменту
		• Підвищення кваліфікації кадрів
5.	• Інноваційний • потенціал	• Ефективна конкурентна стратегія підприємства
		• Наявність стратегічних конкурентних переваг
		• Рівень інноваційної привабливості
		• Своєчасне проведення реструктуризаційних чи реформаційних перетворень
6.	• Інвестиційний • потенціал	• Наявність власних фінансових ресурсів
		• Можливість вигідного залучення зовнішніх фінансових ресурсів
		• Рівень довіри потенційних інвесторів
7.	Маркетинговий потенціал	• Наявність маркетингової служби
		• Імідж підприємства
		• Наявність розгалуженої системи збуту
		• Якість продукції
8.	Ефективність виробничо-господарської діяльності підприємства	Показники ефективності використання ресурсів

Джерело: Систематизовано та складено авторами на основі [7, с. 105], [8, с. 46], [9], [10, с. 93], [11, с. 35].

Якщо внутрішні фактори впливають на конкурентоспроможність безпосередньо, то вплив зовнішніх факторів не завжди є помітним відразу. Під зовнішніми факторами або під факторами зовнішнього середовища розуміють сукупність активних господарюючих суб'єктів, економічних, суспільних і природних умов, національних і міждержавних інституційних структур, зовнішніх умов і чинників, що діють в оточенні підприємства [12, с. 19]. Зазначимо, що інтенсивність прояву зовнішніх факторів не залежить від діяльності підприємства і зумовлюється станом зовнішнього середовища. Фактори зовнішнього середовища є неоднорідними за джерелами походження, оскільки виступають проявом систем різного рівня.

Таким чином, конкурентоспроможність підприємства залежить від низки зовнішніх та внутрішніх факторів. Якщо зовнішні фактори лише створюють передумови для виходу підприємства на ринок, то сукупність внутрішніх факторів визначають його здатність до довгострокового успішного функціонування. Аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів допомагає виявити сильні й слабкі сторони в

діяльності підприємства та в роботі його конкурентів, розробити заходи й засоби, за рахунок яких підприємство змогло б підвищити конкурентоспроможність і забезпечити свій успіх, збільшити свою частку в продажах на конкретному товарному ринку.

Список літератури

1. Тарнавська Н. П. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теорія, методологія, практика : монографія Тернопіль : Економічна думка, 2008. 570 с.

2. Вертелєва О.С. Фактори міжнародної конкурентоспроможності України *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2016. № 3. С. 33–48.

3. Должанський І. З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства : навч. посібник. К. : Центр навчальної літератури, 2006. 384 с.

4. Яшин Н.С. Конкурентоспособность промышленных предприятий: методология, оценка регулирование. Саратов : СГЭА, 2008. – 273 с.

5. Смольянова Е. Л., Малицкая В.Б. К вопросу о классификации факторов и резервов обеспечения конкурентоспособности предприятия. *Вестник ТГУ*. 2009. № 2 (70). URL: http://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-klassifikatsii-faktorov-i-rezervov-obespecheniya-konkurentosposobnosti-predpriyatiya (дата звернення: 20.10.2019).

6. Янковий О. Г. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : монографія. Одеса: Атлант, 2013. 470 с.

7. Потенціал підприємства: формування та використання: Підручник. Касьянова Н. В. та інші ; за ред. Н. В. Касьянової. вид. 2-ге, перероб. та допов. К. : ЦУЛ, 2014. 248 с.

8. Литвинюк О.П. Основні чинники впливу на конкурентоспроможність підприємств хлібопекарської галузі. *Вісник Запорізького національного університету: Збірник наукових праць. Економічні науки.* Запоріжжя : Запорізький національний університет, 2015. № 2 (18). С. 56 – 63.

9. Гончарук П.А. Конкурентоспроможність – необхідна умова функціонування підприємства. *Держава та регіони.* 2014. № 2. С. 62 – 65.

10. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія. К. : ДАКККіМ, 2006. 160 с.

11. Іщук С. О. Виробничий потенціал промислових підприємств: проблеми формування і розвитку : монографія. Львів: ІРД НАН України, 2009. 278 с.

12. Економіка підприємства : навч. посіб. Білецький Є. О. та ін. ; за ред. Є. О. Білецького. Суми : ДВНЗ «АБС НБУ», 2014. 154 с.

УДК 658.155:334.716

Кошельок Г.В., к.е.н., доцент
кафедри економіки підприємства
та організації підприємницької діяльності
Недельчева О. Г., магістрант
Одеський національний економічний університет

ЧИННИКИ ТА ШЛЯХИ ЗРОСТАННЯ ПРИБУТКУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПЕРЕРОБНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

В умовах розвитку ринкової економіки України рівень і сума прибутку складаються під впливом багатьох чинників, що впливають на неї як негативно, так і позитивно. Чинники, що впливають на прибуток, чималі та різноманітні. Відділяти їх досить важко. Всі чинники, що впливають на прибуток підприємств, можна поділити на зовнішні й внутрішні (рис. 1).

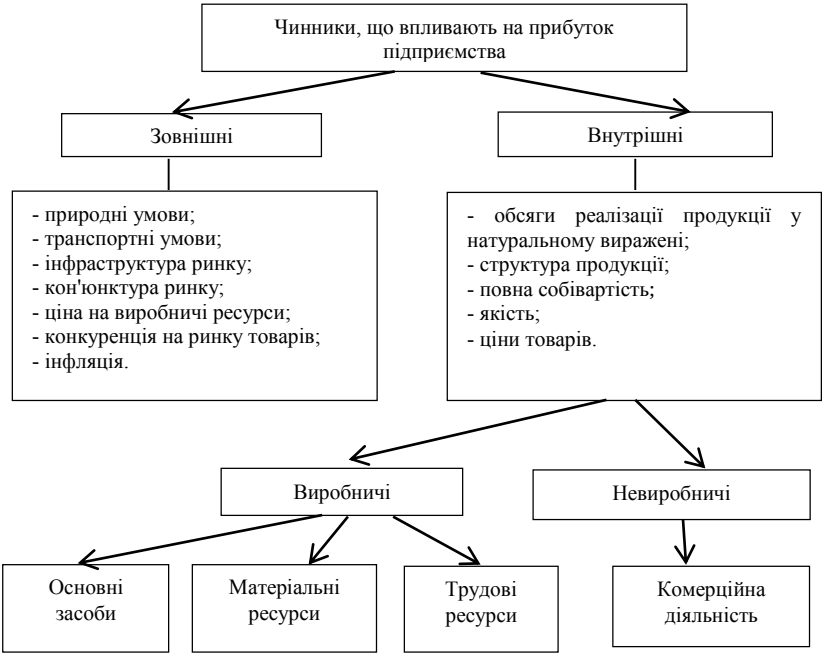


Рис. 1. Класифікація чинників, що впливають на розмір прибутку підприємства

До зовнішніх чинників відносять умови природного характеру, транспортні умови, регулювання державою цін, тарифів, відсотків, податкових ставок та пільг, штрафних санкцій, також конкурентів підприємства тощо.

До внутрішніх чинників відносять обсяги виробництва та реалізації продукції, структура продукції, собівартість продукції, якість продукції, ціни та інше [1, с. 123]. Розглянемо деякі з внутрішніх чинників, які підприємство може контролювати та які впливають безпосередньо на збільшення прибутку підприємств з виробництва виноградних вин.

Одними із найважливіших внутрішніх чинників збільшення прибутку в виробництві виноградних вин в теперішніх умовах є такі: збільшення обсягу готової продукції, зменшення її собівартості, підвищення якості, розширення асортименту тощо [2].

Більшу частину прибутку підприємства виробництва виноградних вин отримують від реалізації товарної продукції, тому цій частині прибутку слід приділяти значну увагу.

На прибуток від товарної продукції впливає зміна залишків нереалізованої продукції. Збільшення цих залишків, призводить до зменшення прибутку від реалізації, тому підприємства для збільшення свого прибутку мають вживати заходи для зменшення залишків нереалізованої продукції [1, с. 124].

Одним з найголовніших чинників, який впливає на розмір прибутку підприємств виробництва виноградних вин становить зменшення обсягу виробництва та як наслідок і реалізації продукції. Таке падіння обсягів виробництва у теперішніх економічних умов, неодмінно веде до зменшення прибутку підприємств. Звідси можемо зробити висновок про необхідність вживання заходів для збільшення обсягів виробництва продукції.

Наступний важливий чинник, який впливає на розмір прибутку, є ціна виноробної продукції. Вільні ціни встановлюються самими підприємствами виробництва виноградних вин залежно від конкурентоспроможності цієї продукції, попиту й пропозиції продукції конкурентів.

Можемо зробити висновок, що кількість чинників, які можуть вплинути на збільшення прибутку підприємств виробництва виноградних вин, є досить значною.

На сьогоднішній день в економіці України спостерігається тенденція до зменшення доходів підприємств виробництва виноградних вин, що призводить до зниження прибутку [3, с. 140]. Для того, щоб підприємства з виробництва виноградних вин в сучасних ринкових умовах працювали стабільно та отримували прибуток, можемо

запропонувати такі основні шляхи його збільшення:

1. Нарощення обсягів виробництва та реалізації продукції виробництва виноградних вин.

2. Здійснення заходів спрямованих на збільшення продуктивності праці працівників та застосовування системи участі працівників у прибутках підприємства.

3. Зменшення витрат на виробництво продукції або застосування сучасних методів управління витратами, однією з яких є управлінський облік.

4. Моніторинг цінової політики, оскільки на ринку діють переважно вільні ціни.

5. Покращення системи збиту на підприємстві, зосередивши свою увагу на продукції, яка є більш рентабельною.

6. Удосконалення продукції з середнім рівнем рентабельності, а низькорентабельну зняти з виробництва.

7. Налаштування виробничого процесу з можливістю швидкої переналадки.

8. Постійне проведення наукових досліджень аналізу ринку, поведінки споживачів і конкурентів.

Такі заходи можуть використовуватися підприємствами з виробництва виноградних вин для підвищення прибутковості своєї діяльності в нинішніх умовах в Україні.

Список літератури

1. Мелень О. В. Актуальні питання прибутковості підприємства та шляхи її збільшення. *Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ»: зб. наук. пр. Темат. вип.: Технічний прогрес і ефективність виробництва*. Харків: НТУ «ХПІ». 2015. № 25 (1134). С. 123-126.

2. Романова Т. В. Чинники, що впливають на збільшення прибутку підприємств України в сучасних умовах. *Ефективна економіка*. 2015. № 4. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3976 (дата звернення: 25.10.2019).

3. Сілецька Н.В. Теоретичні та методичні засади ефективного функціонування виноградарсько-виноробного підкомплексу АПК *Таврійський науковий вісник: Зб. наук. пр*. 2017. Вип. 26. С. 138-141.

УДК 336.761

Кривицкая Т.В., ст. преподаватель кафедры менеджмента,
Хурсин Д.А., студент экономического факультета,
Брестский государственный технический университет

ПОВЫШЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Формирование рыночных отношений предполагает конкурентную борьбу, в которой побеждают те хозяйствующие субъекты, которые эффективно используют все виды имеющихся ресурсов. Рынок ставит предприятия в жесткие экономические условия, которые обуславливают проведение ими сбалансированной политики по поддержанию и укреплению финансового состояния: его платежеспособности и финансовой устойчивости.

Эффективное использование всех видов ресурсов, снижение затрат и рост доходности являются основными задачами деятельности хозяйствующего субъекта, что позволяют объективно оценить ситуацию в экономике и принять оптимальные управленческие решения на любом уровне хозяйствования. Правильно организованная работа исследования финансово-хозяйственной деятельности обеспечивает действенность и эффективность, основательно влияет на ход хозяйственных операций.

Важнейшей задачей каждого субъекта хозяйствования является увеличение поступлений выручки от реализации при наименьших затратах. Устойчивое получение прибыли с приемлемым уровнем риска обеспечивает принятие стратегических финансовых решений текущего и прогнозного характера.

Выявление резервов увеличения прибыли должно опираться на комплексный технико-экономический анализ работы предприятия: изучение технического и организационного уровня производства, использование производственных мощностей и основных фондов, сырья и материалов, рабочей силы, хозяйственных связей. Система показателей рентабельности предприятия, при её аналитическом исследовании позволяет сделать основополагающие выводы о финансовом состоянии предприятия. На основе анализа средних уровней рентабельности можно определить, какие виды продукции и какие хозяйственные подразделения обеспечивают большую доходность. Это становится особенно важным в современных, рыночных условиях, где финансовая устойчивость предприятия зависит

от специализации и концентрации производства.

В рыночных условиях существования предприятия должны быть финансово устойчивы для поддержания своих позиций среди конкурентов, своей платежеспособности, прибыльности и финансовой привлекательности. Это объясняется тем, что укрепление имущественного положения предприятия на основе управления его платежеспособностью и ликвидностью является основным индикатором обеспечения финансовой безопасности предприятия. Получение и стабильный рост прибыли является тем фактором, который определяет эффективность работы любого предприятия в длительной перспективе и, как следствие, его устойчивое положение на рынке. Показатели финансовых результатов характеризуют абсолютную эффективность хозяйствования предприятия по всем направлениям его деятельности: производственной, сбытовой, снабженческой, финансовой и инвестиционной.

Для того чтобы повысить финансовую устойчивость, хозяйствующий субъект должен стремиться реализовать неиспользованные резервы роста эффективности использования всех факторов производства. Выявить и использовать имеющиеся резервы роста эффективности производства можно только на основе проведения финансового анализа.

Финансовое состояние должно быть проанализировано для выявления недостатков организации деятельности, будущих резервов и пути дальнейшего эффективного развития. Это осуществляется с помощью различных методик оценки на основе изучения финансовых результатов от основной деятельности, которые в своей совокупности представляют финансовый анализ. В управлении предприятием финансовый анализ, в первую очередь, используется в системе финансового менеджмента, т. к. на его основе принимаются управленческие решения.

Достижение финансовой устойчивости возможно на основе повышения эффективности производства, что достигается в результате эффективного использования всех видов ресурсов и снижения затрат. Для оптимизации управления необходимо иметь четкое управление о тенденциях и характере изменений в экономике хозяйствующего субъекта. Финансовая устойчивость определяется на основе соотношения разных видов источников финансирования и его соответствия составу активов. Стабильность финансового положения предприятия, обеспечивается достаточной долей собственного капитала в составе источников финансирования.

Главным механизмом управления предприятием являются основные

финансовые показатели деятельности предприятия. Величина доходов зависит в основном от объема реализованной продукции, выполненных работ, оказанных услуг, цен на них и дебиторской задолженности. Главная задача работы каждого предприятия − это минимизировать затраты и увеличить прибыль. В процессе разработки на предприятии планов по прибыли важно не только учитывать все факторы, которые влияют на величину прогнозируемых финансовых результатов, но и, оценив варианты программы производства, выбрать тот, который обеспечивает максимальную прибыль[1].

Выявление резервов увеличения прибыли должно опираться на комплексный технико-экономический анализ работы предприятия: изучение технического и организационного уровня производства, использование производственных мощностей и основных фондов, сырья и материалов, рабочей силы, хозяйственных связей. Система показателей рентабельности предприятия, при её аналитическом исследовании позволяет сделать основополагающие выводы о финансовом состоянии предприятия. [2].

Оптимизация и рост финансовых результатов предприятия имеют важное значение для успешного развития, обеспечения его финансовой устойчивости, повышения инвестиционной привлекательности, т. е. возможности привлечения внешних ресурсов для расширения производства и обновления ассортимента выпускаемой продукции. Поэтому для стабилизации финансового состояния предприятия, а также в целях улучшения его финансовых результатов необходимо совершенствовать маркетинговую и сбытовую деятельность и активно заниматься планированием и прогнозированием управления финансов предприятия.

Список литературы

1. С.И. Адаменкова, Анализ производственно-финансовой деятельности предприятия : учебно-методическое пособие / С.И. Адаменкова, О.С. Евменчик. −2-е изд., перераб. и доп. −Мн.: ООО «Элайда», 2013. − 327с.

2. Управление финансами предприятия / Под ред. Т.И. Вуколовой. −Мн.: Мисанта, 2008. – 487 с.

УДК 631

Кузьминський Ю. В., магістрант, гр. ПВМ-3, ФБСО
Науковий керівник: Ткачук Г.Ю., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ТРУДОВИМ ПОТЕНЦІАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ

Важливе значення для забезпечення ефективності діяльності підприємств мають чинники та резерви підвищення продуктивності праці. Чинники визначають рівень продуктивності праці на підприємстві та безпосередньо пов'язані із технічним процесом, ресурсами та сировиною, які використовує підприємство.

Для виявлення конкретних причин змін і резервів росту трудового потенціалу ТОВ «Галіївський маслозавод» необхідно провести розрахунок факторів, які вплинули на розмір рівня фонду оплати праці та продуктивності праці. Для проведення розрахунків використано звітні дані ТОВ «Галіївський маслозавод» і на їх основі побудовано розрахункову табл. 1.

Таблиця 1

Загальні показники діяльності
ТОВ «Галіївський маслозавод» за 2016-2018 рр.

Показники	2016 р.	2017 р.	2018 р.
Дохід від реалізації продукції, тис. грн.	178106	285309	214147
Середньорічний виробіток продукції на одного робітника, тис. грн./ чол.	682,4	1639,7	1305,8
Трудомісткість продукції, люд-год. (на 1 тис. грн.)	20,79	17,36	14,68
Середньооблікова чисельність робітників, осіб	261	174	164
Фонд оплати праці працівників, тис. грн.	9921	14395	15768
Середньомісячна заробітна плата одного працівника, грн.	3164	6894	8012
Середньорічна заробітна плата одного працівника, грн.	37968	82728	96144

На основі даних табл. 1 розраховано зміни продуктивності праці на ТОВ «Галіївський маслозавод» за 2016–2018 рр.:

- зміна продуктивності праці за рахунок зниження трудомісткості:

$$\Delta ПП=(Тмб / Тмф) * 100\%-100\% \quad (1)$$

$$\Delta ПП=\%\ зниж\ Тм * 100\%/100\%-\%\ зниж\ Тм \quad (2)$$

$$\%\ зниж\ Тм=(Тмб – Тмф)/Тмб * 100\% \quad (3)$$

$$\%\ зниж\ Тм_{2017}=(17,36-20,79)/20,79*100\%=16,5\%;$$

%зниж $Тм_{2018}$= (14,68-17,36)/17,36 * 100%= 15,44%;

$ΔПП_{2017}$=16,5* 100/(100- 16,5)= 19,76%;

$ΔПП_{2018}$=15,44* 100/(100-15,44)= 18,26%;

$ΔПП_{2017}$=20,79/17,36* 100%-100% =19,76%;

$ΔПП_{2018}$=17,36/14,68*100% -100% =18,26%.

Зниження трудомісткості у 2017 р. дозволило підвищити продуктивність праці на 19,76%, а у 2018 р. – на 18,26%;

- зміна продуктивності праці за рахунок зміни у структурі кадрів:

Іпп = Іппзаг* І частки роб. (4)

$Іпп_{2017}$ =1,175*0,943 =1,108;

$Іпп_{2018}$ = 1,309*0,756= 0,992.

Зменшення у 2018 р. частки робітників призвело до зниження продуктивності праці робітників 0,8%;

- визначено вплив зміни середньорічного виробітку продукції на одного робітника на зміну рівня продуктивності праці за формулою:

ΔПП=(Всер річ.ф – Всер річ.б) * Чроб ф. (5)

$ΔПП_{2017}$=(1639,7 – 682,4)*174 = 166570,2 тис. грн.;

$ΔПП_{2018}$=(1305,8 – 1639,7)*164 = -54759,6 тис. грн.

Отже, за рахунок зростання середньорічного виробітку 2017 р. на 17,5% у 2018 р. на 30,9% відбулося відповідне зростання продуктивності праці у 2017 р. – на 166750,2 тис. грн., а у 2018 р. – зменшилася на 54759,6 тис. грн.;

- визначено вплив зміни чисельності робітників на зміну абсолютних показників продуктивності праці:

ΔПП=(Чроб ф – Чроб б) *Всер річ. б (6)

$ΔПП_{2017}$=(174-261) *682,4= -593688 тис. грн.;

$ΔПП_{2018}$=(164-174) *1639,7= -16397 тис грн.

Отже, зменшення чисельності основних робітників зумовило зниження середньорічного виробітку у 2017 р. на 593688 тис грн., а в 2018 р. – на 16397 тис грн.

З метою забезпечення зростання продуктивності праці та перевищення темпів її зростання над темпами зростання середньорічної заробітної плати на ТОВ «Галіївський маслозавод» здійснюється аналіз фонду оплати праці. Виходячи з даних звітів з праці досліджуваного підприємства за 2016–2018 рр., розраховано середньомісячну заробітну плату працівників:

ЗПсер.міс. = Фоп /Чпрац./12 (7)

$ЗПсер.міс._{2016}$ = 3164 грн.;

$ЗПсер.міс._{2017}$ = 6894грн.;

$ЗПсер.міс._{2018}$ = 8012 грн.

За даними табл. 3.1 визначимо абсолютну та відносну зміну фонду

оплати праці на ТОВ «Галіївський маслозавод» на основі формул:

ΔФопабс. = Фопф – Фопб (8)

ΔФопвідн. =Фопф – Фопскор. (9)

ΔФопскор.=Фопб *К вик пл. з вип. прод (10)

К вик пл. з вип. прод=Qф/Qб (11)

$\Delta Фопабс_{(2017)}$ = 14395 – 9921 = 4474 тис.грн.;

$\Delta Фопабс_{(2018)}$ =15768 – 14395 =1373 тис.грн.

Таким чином, абсолютний фонд оплати праці у 2018 р. збільшився відносно абсолютного показника 2017 р. на 1373 тис. грн. і на 4474 тис. грн. відносно 2016 р. Таке збільшення абсолютного фонду оплати праці пов'язане із зменшенням чисельності найманих працівникі та зростанням мінімального рівня опдати праці в країні.

$К\ вик\ пл.\ з\ вип.\ прод_{2017}$= 285309/178106 = 1,60;

$К\ вик\ пл.\ з\ вип.\ прод_{2018}$ =214147/285309 = 0,75;

$Фоп\ скор._{2017}$ = 9921*1,60 = 15873,6 тис. грн.;

$Фоп\ скор._{2018}$ = 14395 *0,75 = 10796,25 тис. грн.;

$\Delta Фоп\ скор._{2017}$ = 14395 – 15873,6 = -1478,6 тис.грн.

$\Delta Фоп\ скор._{2018}$ = 15768 – 10796,25= 4971,75 грн.

Тобто фонд оплати праці у 2017 р., при врахуванні коефіцієнта виконання плану з випуску продукції повинен бути більшим на 1478,6 тис.грн., а фонд оплати праці 2018 р. меншим на 4971,75 тис. грн.

При плануванні розмірів фонду оплати праці враховуються показники кількісного стану трудового потенціалу підприємства. Для перевірки ефективності формування фонду оплати праці ТОВ «Галіївський маслозавод» розраховано коефіцієнт випередження темпів зростання продуктивності праці над темпами зростання середньої заробітної плати та економію фонду оплати праці за формулами:

Квип. = Іпп / І сзп (12)

Екон. ФОП = Фопф (13)

Для цього розрахуємо індекси середньорічної заробітної плати та продуктивності праці за роки аналізованого періоду за наступними формулами:

Іпп = ППф/ППб. (14)

Ісзп= СЗПф/СЗПб (15)

$Іпп_{2017}$ = 1639,7 / 682,4=2,40;

$Іпп_{2018}$ = 1305,8 / 1639,7 = 0,79;

$Ісзп_{2017}$ = 82728/ 37968 =2,18;

$Ісзп_{2018}$ = 96144/ 82728= 1,16;

$К\ вип._{2017}$ = 2,40/ 2,18 = 1,1;

$К\ вип._{2018}$ = 0,79 / 1,16= 0,68

Згідно проведених розрахунків, можна зробити висновок про те, що

на досліджуваному підприємстві темпи зростання продуктивності праці випереджають темпи зростання оплати праці, зокрема, у 2017 р. – на 10%, а у 2018 р. відстають – на 32%. Економія\перевитрата фонду оплати праці спричинила випередження темпів продуктивності праці :

Екон.ФОП$_{2017}$ = 14395 * (2,18- 2,40) / 2,18 = -1452,7 тис. грн.;

Екон.ФОП$_{2018}$ = 15768* (1,16 – 0,79) / 1,16 = 5029,45 тис. грн.

Отже, протягом досліджуваного періоду рівень зростання продуктивності праці випереджав рівень зростання середньої заробітної плати, що сприяло економії фонду оплати праці у 2017 р. на 1452,7 тис. грн. та у 2018 р. перевитрату – на 5029,45 тис. грн.

На основі проведеного дослідження впливу факторів на підвищення ефективності використання трудового потенціалу підприємства можна зробити висновок про те, що на підприємстві існують позитивні зрушення показника трудомісткості продукції, завдяки якому у 2017 р. продуктивність праці зросла на 19,76%, а у 2018 р. – на 18,26%. Резервами зростання на підприємстві є чисельність робітників та їх частки в загальній чисельності працюючих. Зменшення чисельності основних робітників зумовило зниження середньорічного виробітку у 2017 р. на 593688тис грн., а в 2018 р. – на 16397 тис грн.

Протягом досліджуваного періоду рівень фонду оплати праці досліджуваного товариства не зменшився, а навпаки збільшився незважаючи на зменшення чисельності працівників, на що вплинуло зростання мінімального рівня оплати праці в країні. Порівнявши темпи зміни продуктивності трудового потенціалу та темпи зміни фонду оплати праці, напрошується висновок, що на підприємстві не кожен рік виконується економічний закон випередження темпів зростання продуктивності праці над темпами зростання фонду оплати праці. Отже, розраховані нами показники свідчать про не високу ефективність використання наявного трудового потенціалу ТОВ «Галіївський маслозавод». Проте, використовуючи специфічні заходи покращення формування та використання трудового потенціалу, керівництво може впливати на кінцеві результати діяльності підприємства.

УДК 330.012:339.727

Куліш Л.П., аспірантка кафедри
економічної теорії та конкурентної політики
Київський національний торговельно-економічний університет

КОНКУРЕНТНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА

Конкурентне середовище являє собою сукупність умов і чинників, які впливають на розвиток конкуренції в економіці. Основними елементами конкурентного середовища є кількість та якість реальних і потенційних суб'єктів, їх фінансова, матеріально-технічна, технологічна та інформаційна база, кількість покупців та особливості їхньої споживчої поведінки, характер взаємодії учасників ринкового процесу та інтенсивність конкуренції, цілі та ефективність конкурентної стратегії; стан інституційної та ринкової інфраструктури, юридичні норми, що регламентують ринкову поведінку суб'єктів господарювання [1, с. 21-57].

Основними негативними чинниками, які стримують розвиток конкурентного середовища, є неефективність законодавства, корупція та політична нестабільність. Негативні тенденції у конкурентному середовищі пов'язані перш за все з деяким уповільненням ринкових реформ і використанням адміністративних методів впливу на діяльність суб'єктів підприємництва. Тому актуальним завданням економічної політики держави є усунення деформацій ринкового механізму, здійснення комплексу заходів, спрямованих на сприяння формуванню ефективного конкурентного середовища [2, с. 15-48].

У цьому зв'язку необхідна довгострокова стратегія стимулювання конкурентного середовища національного виробництва, спрямована на подальшу модернізацію системи захисту конкуренції. Вказана стратегія повинна забезпечувати вільні умови входу підприємств на ринок та виходу з нього. Розширення та вдосконалення сфера національного виробництва є об'єктивною передумовою забезпечення стабільності та динамічного розвитку економіки і вирішення важливих соціально-економічних проблем. Глобалізація породжує формування нової моделі розміщення виробництва товарів і послуг між країнами. При цьому розвинені країни переводять у країни з дешевою робочою силою підприємства обробної промисловості і зосереджуються на наукомісткому, з високою часткою валової доданої вартості виробництв [3, с. 7-15]. Дослідження конкурентного середовища має охоплювати ***процес розширення охоплення поля конкуренції від класичного***

уявлення про конкуренцію підприємств як таких, що мають схожість з позиціями споживачів, до можливості появи у споживача неспоріднених альтернатив використання наявних ресурсів. Ринкові можливості та варіанти використання ресурсів доволі пов'язані, що зумовлює можливість їхнього оцінювання.

Існує також й підхід, відповідно до якого конкурентне середовище містить суб'єкти ринку, взаємодія яких спричиняє суперництво, а також відносини між цими суб'єктами. Конкурентне середовище є сферою прояву суперництва між окремими суб'єктами ринку, в якій формуються умови їхньої діяльності. При цьому конкурентне середовище охоплює конкуренцію товарів, галузей, країн, однак основною формою його існування є конкуренція підприємств, а параметрами конкурентного середовища – кількість і склад конкурентів, інтенсивність конкуренції та перспективи її динаміки. Відповідно до ще одного підходу, зважаючи на суперечність конкурентного середовища, вказується на необхідність забезпечення умов рівності та можливостей реалізації суб'єктами господарювання своїх переваг. Д***оцільно розглядати*** конкурентне середовище також і як систему формування, підтримування і розвитку середовища функціонування суб'єктів господарювання, яка передбачає створення рівноправних умов для їхньої конкуренції, забезпечуючи при цьому стійкий економічний розвиток [4, с. 6-10].

Забезпечення ефективної діяльності підприємств передбачає їхню адаптацію до конкурентного середовища, а також прогнозування зміни і механізмів взаємодії основних факторів, що її формують. Виконання цього завдання стає більш складним, з одного боку, у зв'язку з розвитком процесів глобалізації та суттєвими трансформаціями умов конкуренції, а з іншого – через формування нових пріоритетів діяльності підприємств та виникненням центрів конкуренції.

Становлення і розвиток тенденції до спільного зі споживачем творення продукту зміщує акцент і стратегічну орієнтацію виробника, наповнюючи новим змістом поняття його конкурентного статусу. При цьому виникає проблема спільного творення конкурентних переваг. Невідповідність між цінністю продукту і отриманою винагородою окремими учасниками мережі «постачальник-виробник-дистриб'ютор-продавець», яка дедалі частіше проявляється при функціонуванні згаданих мереж, зумовлює міграцію центрів привабливості бізнесу і можливість формування нових конкурентних переваг [5].

Інтенсивні процеси економічних перетворень у всьому світі свідчать про ***формування єдиного глобального простору,*** що потребує на макроекономічному рівні формування інноваційних засобів управління

конкурентоспроможністю держави як учасника світогосподарських процесів, а на мікроекономічному – вироблення і реалізації обґрунтованих стратегій конкуренції. Відомо, що за умов глобалізації істотно змінюється зовнішнє середовище діяльності фірм. При цьому національні ринки щоразу більшою мірою інтегруються один в один і включаються до єдиного світового ринку, де іноземні підприємства діють на рівних правах з національними суб'єктами господарювання.

Список використаної літератури

1. Костусєв О. О. Конкурентна політика в Україні / О. О. Костусєв. – К.: КНЕУ, 2004. – 310 с.
2. Лагутін В. Д. Конкурентоспроможність національної економіки / В. Д. Лагутін, В. А. Романенко, Ю. М. Уманців; за ред. В. Д. Лагутіна. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2011. – 296 с.
3. Лук'яненко Д. Глобальна модифікація конкурентних механізмів ринку / Д. Лук'яненко, О. Тітова // Міжнародна економічна політика. – 2011. – №12-13. – С. 5-21.
4. Лагутін В. Д. Цивілізаційні та інституційні фактори глобальних економічних трансформацій XXI ст. / В. Д. Лагутін // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2019. – №2. – с. 5-19
5. Герасименко А. Г. Ринкова влада: джерела, масштаби, наслідки / А. Г. Герасименко. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. – 600 с.

УДК:331.64.658.64

Курбонова М., Бозоров А.,
Бадалова Н.-магистранты
Каршинского государственного университета

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ В ТУРИСТИЧЕСКИХ ФИРМАХ

В мировом масштабе осуществляются научные исследования по полноценному использованию туристического потенциала. Они направлены на решение таких вопросов, как обеспечение развития сферы туризма; повышение эффективности и качества туристических услуг; совершенствование и диверсификацию соответствующих международным стандартам видов услуг, оказываемых в гостиничных хозяйствах; увеличение доли туризма в росте экономики и постоянное повышение качества гостиничных услуг. Эти направления имеют важное значение в осуществлении комплексных исследований,

направленных на повышение эффективности гостиничного хозяйства, совершенствования путей их оценки и анализа.

Развитие туризма в мире поднялось на новую ступень и становится ведущей отраслью мировой экономики. На долю туризма приходится 10 процентов мирового валового внутреннего продукта (ВВП) и 7 процентов от объема общего экспорта. По данным Всемирной туристской организации (ВТО), туризм занимает четвертое место по экспорту товаров и услуг в мировом масштабе (после экспорта автомобилей, продукции химической и топливной промышленности), третье место - по уровню доходности (после нефтяной и автомобильной промышленности)[2].

В “Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан по пяти приоритетным направлениям в 2017-2021 годах”, утвержденной Указом Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года определена приоритетная задача, как «ускоренное развитие индустрии туризма, повышение ее роли и вклада в экономику, диверсификация и улучшение качества туристских услуг, расширение туристской инфраструктуры»[3]. Основу туристической инфраструктуры составляет гостиничное хозяйство. В настоящее время пропорциональное развитие туризма предполагает возведение современных гостиниц во всех областях страны. Однако недостаточная изученность и неполное отражение в экономической литературе вопросов размещения различных видов гостиниц в соответствии с собственными потребностями и потребностями областей, оценки и анализа эффективности и качества предоставляемых ими услуг определяет актуальность темы.

Исследование в определенной степени служит выполнению задач, определенных в Указах и Постановлениях Президента Республики Узбекистан УП-4861 «О мерах по обеспечению ускоренного развития туристской отрасли Республики Узбекистан» и ПП-2666 «Об организации деятельности государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма» от 2 декабря 2016 года, УП-5326 «О дополнительных организационных мерах по созданию благоприятных

[2] UNWTO, Tourism Highlights, 2017 Edition.

[3] Утвержденная Указом Президента Республики Узбекистан УП-4947 “О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан” от 7 февраля 2017 года, “Стратегия действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан по пяти приоритетным направлениям в 2017-2021 годах”. - Собрание законодательства Республики Узбекистан, 2017 г., № 6, ст. 70.

условий для развития туристского потенциала Республики Узбекистан» от 3 февраля 2018 года, ПП-3509 «О мерах по развитию въездного туризма» от 6 февраля 2018 года, ПП-3514 «О мерах по обеспечению ускоренного развития внутреннего туризма» от 7 февраля 2018 года и других нормативно-правовых актах.

Повышения эффективности услуг, предоставляемых гостиничными хозяйствами, предполагает правильную и точную оценку их состояния и тенденций его изменений, для чего необходима разработка системы показателей, полностью охватывающих их содержание, и способов определения основных направлений повышения эффективности.

Результаты исследования показали, что для повышения эффективности гостиничного хозяйства необходимо учитывать все запросы гостей (туристов) и обеспечить их полное удовлетворение. К ним относятся:

- размещение гостей;
- их питание;
- оказание гостям торговых услуг;
- предоставление транспортных услуг;
- предоставление гостям разнообразных культурных услуг, необходимых для отдыха и удовольствия;
- предоставление гостям бытовых услуг;
- обеспечение безопасности гостей и т.п.

Обеспечение безопасности гостей должна быть полностью гарантирована во всех случаях. Для оказания этих услуг сотрудники отрасли должны иметь достаточные знания и навыки. Для полного удовлетворения потребности гостей и повышения эффективности работы сотрудник наряду с профессиональными навыками должен быть в определенной мере психологом. В настоящее время сотрудники должны оказывать услуги на высшем уровне и вместе с тем обладать культурой общения, быть приятным и обладать шармом, быть внимательным и бдительным, знать несколько иностранных языков.

При оценке эффективности гостиничного хозяйства также следует принять во внимание, что владелец гостиницы или хозяйствующий субъект должен обеспечить получение достаточной прибыли от вложенных в эту сферу инвестиций, эффективное использование существующей материально-технической базы, достижения высокой производительности труда сотрудников и получить соответствующие результаты от затрат. Для достижения этого уровня необходима всесторонняя оценка эффективности гостиничного хозяйства. Это, в свою очередь, создает необходимость использования системы показателей. В результате исследований, мы рекомендуем разделить

систему этих показатели на четыре группы:

показатели, отражающие эффективность активов, вложенных в гостиничное хозяйство;

показатели, отражающие эффективность материально-технической базы гостиничного хозяйства;

показатели, отражающие эффективность труда в гостиничном хозяйстве;

показатели, отражающие эффективность расходов в гостиничном хозяйстве.

Каждый из групповых показателей, в свою очередь, охватывает несколько групп. Например, одни из них являются показателями, отражающими эффективность активов гостиничного хозяйства. К этой группе показателей можно отнести: рентабельность долгосрочных активов, рентабельность текущих активов; коэффициент возмещения общей инвестиции. График показателей отражается следующим образом (рис. 2).

Показатели эффективности материально-технической базы гостиничного хозяйства также охватывают ряд показателей. Исходя из особенностей данных субъектов, в эту группу показателей рекомендуется включить следующие показатели: средний доходив расчёте на одно место; коэффициент использования койко/дней в гостиничном хозяйстве; коэффициент эффективности койко/дней в гостиничном хозяйстве. Это отражено на следующей схеме.

В процессе исследования показаны пути определения данных показателей, изыскания внутренних возможностей для улучшения каждого из них, путем расчета факторов, влияющих на их изменение. Этот вопрос имеет чрезвычайно важное значение для оценки деятельности гостиничных хозяйств. Это связано с тем, что в данных субъектах показатели, отражающие эффективность, не были системно разработаны и не использовались соответствующим образом на практике. Поэтому эти рекомендации имеют не только теоретическое, но и важное практическое значение.

Исходя из приоритетных задач стратегического развития страны, актуальное значение имеют вопросы повышение эффективности гостиничных хозяйств, улучшение качества и видов услуг, предоставляемых ими туристам, диверсификация видов услуг, совершенствование механизмов управления отраслью. Принимая во внимание тот факт, что туризм и гостиничные хозяйства основаны на частной собственности, разработан один из наиболее эффективных способов их управления - механизм формирования «Кластера гостеприимства», основанный на частной собственности отдельного

субъекта.

Деликатность вопроса оказания туристических услуг заключается в том, что с достижением высокого качества предоставляемых услуг, туристы должны быть полностью уверены в обеспечении своей безопасности. Только в этом случае увеличится поток туристов, предприниматели этой сферы достигнут определенного успеха и, обеспечив снижение расходов, смогут получать прибыль.

На этом рисунке представлены практически все виды услуг, предлагаемых гостям (туристам). В ходе исследования осуществлен сравнительный анализ услуг, предоставляемых субъектами, являющимися различными владельцами собственности, с услугами субъектов с единоличной собственностью. Результаты анализа показали, что услуги, предоставленные единоличными собственниками не только экономически, но и социально более эффективны по отношению к владельцам различной собственности.

Наши исследования показали, что, эффективна деятельность не разрозненных субъектов, оказывающие гостиничные услуги, а организация «Кластера гостеприимства» путем объединения субъектов различных типов собственности на договорной основе.

Определено, что, если количество прибыли от предоставления услуг гостиничным хозяйством посредством обслуживающих субъектов на основе договора с ними принять за 100%, то по сравнению с этим намного эффективнее «Кластер гостеприимства» с различными формами собственности, а по отношению к нему объем прибыли «Гостиничного кластера», основанного на частной собственности одного человека, в 9,7 раз выше. Результаты анализа показывают, что, когда эти услуги основаны на собственности одного человека, то они более эффективны по отношению услуг, основанных на различных формах собственности, не только в экономическом, но и в социальном аспекте.

Ещё один фактором, привлекающим туристов, являются относительно дешевые путёвки. Для достижения этого, необходимо чтобы все эти службы были основаны на собственности одного человека. Так как, каждый поставщик услуг, рассчитывая стоимость услуги по заказу гостиницы, добавляет свою собственную прибыль и другие сборы, то соответственно стоимость будет выше. Если услуги осуществляются в самой гостинице, они рассчитываются по себестоимости, а оставшаяся часть идет в прибыль. В результате, услуги, предлагаемые посетителям, обойдутся очень дешево и соответственно путевка подешевеет. Это можно показать на следующем примере. Выберем поездку 10 туристов гостиницы по одному маршруту

на транспортном средстве (микроавтобусе). Если вы арендовали микроавтобус на 10 человек, то вы должны заплатить 1250,0 тысяч сумов в день за путешествие гостей.

УДК 334.716:621.311.24

Кушнір Д.Ф., магістрант кафедри
економіки підприємства та ОПД
Літвінова В.О., к.е.н., доцент
Одеський національний економічний університет

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНИХ РЕСУРСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ ШЛЯХОМ ВПРОВАДЖЕННЯ ВІДНОВЛЮВАЛЬНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ

На жаль, сучасне енергоспоживання в більшій частині засноване на використанні невідновних запасів викопного палива – вугілля, нафти та газу. Як результат, це породжує енергетичну проблему: швидке вичерпання невідновних видів палива при наростаючих темпах його споживання. Одним із шляхів вирішення даної проблеми є використання нетрадиційних джерел енергетики. Однак, незважаючи на визнання гострої необхідності альтернативної енергетики, практична реалізація цього напрямку відбувається повільно.

Ефективність освоєння альтернативних джерел енергії залежить у першу чергу від ефективності нормативно-законодавчої бази, основною метою якої повинно стати створення сприятливих умов для роботи на вітчизняному ринку відновлювальної енергетики.

Основними нормативно-правовими актами, які регулюють правовідносини у сфері альтернативної енергетики на території України є Закон України „Про альтернативні джерела енергії", прийнятий Верховною Радою України 20 лютого 2003 р. із змінами від 13.04.2017р. Основними засадами державної політики відповідно до даного Закону у сфері альтернативної енергетики є: нарощування обсягів виробництва та споживання енергії, виробленої з альтернативних джерел, з метою економного витрачання традиційних паливно-енергетичних ресурсів та зменшення залежності України від їх імпорту шляхом реструктуризації виробництва і раціонального споживання енергії за рахунок збільшення частки енергії, виробленої з альтернативних джерел; залучення вітчизняних та іноземних інвестицій і підтримка підприємництва у сфері альтернативних джерел енергії, в тому числі шляхом розробки і здійснення загальнодержавних і місцевих

програм розвитку альтернативної енергетики. державної політики [1]. 29 грудня 2016 року Національною комісією, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг було ухвалено Постанову «Про встановлення «зелених» тарифів на електричну енергію для суб'єктів господарювання та надбавки до «зелених» тарифів за дотримання рівня використання обладнання українського виробництва». В цій постанові прийнято рішення щодо ухвалення «зелених» тарифів на електричну енергію, вироблену суб'єктами господарювання на об'єктах електроенергетики, що використовують альтернативні джерела енергії, та надбавки до «зелених» тарифів за дотримання рівнів використання обладнання українського виробництва [2]. 20 грудня 2018 року було видано Верховною Радою України Постанову «Про прийняття за основу проекту Закону України про внесення змін до деяких законів України щодо забезпечення конкурентних умов виробництва електричної енергії з альтернативних джерел енергії».

На території України, з метою створення інвестиційної привабливості використання екологічно чистих джерел енергії, у вересні 2008 року був прийнятий Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо встановлення «зеленого» тарифу [3].

Особливістю «зеленого» тарифу є диференціація за видами джерел енергії. На території України найбільша перевага надається сонячній енергії – коефіцієнт до тарифу коливається в межах 2,79-3,72; для електроенергії, яка вироблена з біомаси, коефіцієнт дорівнює 2,3; для електроенергії, яка вироблена за рахунок енергії вітру, коефіцієнт становить 1,08-1,89. Така диференціація дає можливість країні розвивати найбільш вважливі для держави види нетрадиційних джерел енергії [4].

Використовуючи математичний підхід, можна констатувати таке: практично в будь-який інтерпретації поняття «ефективність» ми маємо справу з відношенням в якому результат отриманого ефекту ділиться на витрати виражені або в кількісних показниках процесу, що відбувається, або в вартісних одиницях. Розглядаючи в такому аспекті відновлювані і невідновлювані енергоресурси, є можливість описати цей процес за допомогою математичної моделі. Але необхідно зробити певне зауваження про те, що реальний процес функціонально більш складний і вимагає додаткового дослідження. У зв'язку з цим, використаємо спрощену модель процесу[5,с.174].

$$\eta = \frac{\mathrm{A}}{\mathrm{B}} \qquad (1)$$

де η – ефективність процесу, A – корисна одержувана енергія, B – витрати.

Причому, показник витрат B може бути виражений як у вартісному

еквіваленті, так і у вигляді кількісного показника енергії. у цьому значенні – це не принципово. Важливо те, як цей показник поводиться у відношенні відновлюваного і невідновлюваного ресурсу. При використанні у виробництві невідновлюваного ресурсу, при потребі збільшити *A*, в будь-якому випадку буде спостерігатися зростання показника *B* причому це буде пов'язано зі зростанням цілої низки показників, а саме: постійних витрат, змінних витрат, а в деяких випадках і витрат на устаткування, що дозволяють збільшити виробничу потужність. Але основне збільшення показника В відбуватиметься за рахунок збільшення кількості енергетичної сировини. Якщо аналогічні міркування проведемо для відновлюваного ресурсу, то легко помітити, що при потребі в збільшенні показника А, не зіткнемося зі зростанням витрат, пов'язаних з придбанням енергетичної сировини, так як сировина в цьому випадку має нульову вартість. Більше того, використання його у виробництві не завдає шкоди навколишньому середовищу побічними ефектами у вигляді виснаження ресурсу та парникових газів, що й варто було довести.

Енергозбереження - це реалізація організаційних, правових, технічних, технологічних, економічних та інших заходів, спрямованих на зменшення обсягу використовуваних енергетичних ресурсів при збереженні відповідного корисного ефекту від їх використання. Перехід на нові джерела енергії зумовлений значним скороченням вичерпних запасів енергії у світі та Україні зокрема.

Література:

1. Постанова Національної комісії, що здійснює державне регулювання у сферах енергетики та комунальних послуг «Про встановлення «зелених» тарифів на електричну енергію для суб'єктів господарювання та надбавки до «зелених» тарифів за дотримання рівня використання обладнання українського виробництва» від 16.03.2017. - №278. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v2380874-16.

2. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України щодо встановлення «зеленого» тарифу» від 25.09.2008. - №601-VI. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T080601.html.

3. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про електроенергетику» щодо коефіцієнтів «зеленого» тарифу для електроенергії, виробленої з використанням альтернативних джерел енергії» від 22.12.2016. -№1804 – VIII. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1804-19.

4. Тащеєв Ю.В. Енергоефективність: відновлювальні та

невідновлювальні джерела енергії/ Ю.В. Тащеєв/ Вісник соціально-економічних досліджень. – 2015. - №2(57). – С.169-177.

5. Міністерство юстиції України [Електронний ресурс] – Режим доступу: https://usr.minjust.gov.ua/ua/freesearch.

УДК 330.341:004 (477)

Кушніренко О.М., к.е.н., доц., ст. наук. співр.
ДУ «Інститут економіки та прогнозування НАНУ»

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ВПРОВАДЖЕННЯ ТЕХНОЛОГІЙ ІНДУСТРІЇ 4.0

Сьогодні суспільство стоїть на порозі нових небачених до цього часу викликів, пов'язаних з технологічними змінами, а саме четвертою промисловою революцією. Світ змінюється: поява нових технологій, які ще вчора розроблялися вченими, сьогодні випробовуються виробниками, а завтра займуть своє місце в нашому повсякденному житті як звичайні речі, призводить до необхідності зміни стратегічної поведінки виробників, і як наслідок впровадження нових підходів до організації та управління економічними процесами.

Особливістю цієї революції є впровадження інформаційних технологій в більшість процесів суспільного життя. Новітні технології впроваджуються з великою швидкістю, що супроводжується посиленням конкуренції, а інноваційна діяльність стає сферою інтересів багатьох компаній по всьому світі. Отже, сьогодні для всіх учасників економіки необхідно спрямовувати ресурси та зусилля в безперервне продукування інновацій, створення нових розробок, формування нових цінностей та впровадження їх у виробництво та розповсюдження матеріальних благ.

За своїм масштабом охоплення, сферою розповсюдження, обсягами впливу четверта промислова революція немає аналогів в усьому попередньому досвіду людства. Адже це не тільки штучний інтелект, роботизація, інтернет речей, нанотехнології, автомобілі-роботи, 3Д-принтинг тощо. Ці винаходи були розроблені раніше. Кардинальні зміни, що несе Індустрія 4.0 передбачають застосування новітніх матеріалів та методів управління виробничо-логістичним ланцюгом.

Особливо сильно відчувається вплив Індустрії 4.0 на промисловий розвиток, адже саме при виробництві товарів і послуг найбільш яскраво проявляється можливість автоматизації всіх бізнес-процесів, починаючи від стадії розробки проектних зразків до сервісного

обслуговування продукції, створюючи тим самим цілісну екосистему. Це є надзвичайно важливим саме для України, адже за словами Е.Райнерта, жодна країна не може бути багатою лише за рахунок сільського господарства, а розвиток промисловості є запорукою економічного зростання [1].

Різні аспекти проблематики ефективного промислового розвитку відповідно до глобальних викликів четвертої промислової революції, пов'язаних зі швидкими технологічними зрушеннями, техногенними загрозами, знайшли відображення у багатьох наукових працях зарубіжних та вітчизняних учених.

Найбільш відомою книгою на тему Четвертої промислової революції можна вважати роботу німецького економіста, засновника Всесвітнього економічного форуму в Давосі, Клауса Шваба (2016). К.Шваб визначає четверту промислову революцію як масове впровадження кіберфізічних систем у виробництво, обслуговування людських потреб, включаючи побут, працю і дозвілля (так звана «Індустрія 4.0»). К.Шваб в своїх дослідженнях зазначає, що характер змін є настільки фундаментальним, що суспільству необхідно підготуватись до викликів часу – як великих можливостей, так і потенційних небезпек [2].

Більшість розвинених компаній вже успішно застосовують новітні напрями вдосконалення процесів управління бізнес-процесами. Країни «великої сімки» приділяють значну увагу дослідженню наслідків дії четвертої промислової революції на суспільний розвиток, адже вона надає небачені до цього часу можливості для модернізації виробництва, але може призвести до негативних наслідків для рівня зайнятості та інших соціальних показників. Так, серед країн-членів G7 відмічаються потужні державні стратегії імплементації досягнень четвертої промислової революції. Зокрема, це план "Industrie 4.0" у Німеччині; "Industrie du Futur" у Франції; "Суспільство 5.0", "Підключені галузі" та "Комплексна стратегія IoT" в Японії; "План інновацій та навичок" в Канаді, а також "Цифрові та промислові стратегії" запроваджені у Сполученому Королівстві. Аналогічний шлях пройшов Європейський Союз, який у квітні 2016 року запустив План промислових інновацій під назвою "Оцифрування європейської промисловості – формування єдиного цифрового ринку". В Україні подібні процеси також знаходять своє відображення. Так 17 січня 2018 року було схвалено Концепцію розвитку цифрової економіки та суспільства України на 2018-2020 роки та затверджено план заходів щодо її реалізації. Водночас, механізми підтримки адаптації вітчизняних промисловців до викликів Індустрії 4.0 практично не представлені.

Слід звернути увагу на те, що термін «Четверта промислова

революція» часто ототожнюють з Індустрією 4.0. Дійсно у 2011 році на Промисловій виставці в Гановері вперше було використано це поняття німецькими підприємцями-інноваторами, яке дуже швидко набуло поширення у світі як шлях майбутнього розвитку для всіх галузей виробництва. До основних компонентів даної концепції автори відносять:

- «кіберфізичні системи» (Cyber-Physical Systems) – інтеграція обчислювальних і фізичних процесів;
- системи і прилади з повністю відкритими інтерфейсами, які без обмежень доступу і реалізації взаємодіють і функціонують з іншими продуктами або системами;
- наявність постійного взаємозв'язку бізнес-процесів з датчиками, що дозволяє працівниками відстежувати фізичні процеси;
- отримані з сенсорів дані вводяться в моделі віртуальних установок, формуючи імітаційні моделі [2].

Індустрія 4.0 означає використання інформаційних і комунікаційних технологій, інтелектуальних мереж, що надають нові можливості сучасного виробництва: гнучкість, безперебійність, орієнтацію на потреби клієнта [4].

Слід відмітити, що зміни, які відбуваються в промисловості під впливом інформаційних технологій, сприяють істотно збільшити ключові показники ефективності виробництва. Новітній напрям – автоматизація бізнес-процесів з використанням СМАРТ-технологій Індустрії 4.0 (віртуальної та доповненої реальності й штучного інтелекту) дозволяють полегшити навантаження при виконанні своїх щоденних завдань кожному співробітнику. Прикладом є роботизовані боти, доповнені можливостями штучного інтелекту, які допомагають їм навчатися на попередніх прикладах та використовувати можливості обробки даних або розпізнавання зображень. Ці доповнені боти іноді називають когнітивними або розумними ботами, які допомагають працювати з великими масивами даних, отриманих від датчиків на підприємстві; заповнювати веб-форми згідно встановлених обмежень; створювати звіти на інформаційній панелі з використанням масиву даних з різних інформаційних систем; проводити серії розрахунків з подальшим перенаправленням в інший підрозділ; розпізнавати шаблони форм та автоматично оновлювати програмні системи; проводити моніторинг систем безпеки для блокування об'єкта загрози; керування витрачанням товарно-матеріальних цінностей під час відстеження покупок та виставлення рахунків; здійснювати швидкі перевірки кредитування та оповіщення департаментів у випадках виявлення загрозливих операцій та шахрайств; здійснювати пакетну

обробку великої кількості даних та інших транзакцій; впровадити документообіг без паперу та інші пов'язані з цим операції.

На сьогодні практично всі ланки створення доданої вартості включно з розробкою, дизайном, виготовленням, тестуванням, маркетингом та реалізацією можливо перевести у цифровий формат, а розвиток «Інтернету речей» дозволяє налагодити взаємодію між машинами та людьми з небувалою до цього точністю й ефективністю.

Слід відмітити, що інноваційна трансформація сучасної індустрії – це не тільки впровадження новітніх технологій виробництва, але й застосування новітніх матеріалів та методів управління виробничо-логістичним ланцюгом.

Починаючи з першої промислової революції, що відбулася в кінці XVIII ст. відбулись значні трансформації в організації суспільного виробництва, які наразі перетворились під впливом науково-технічного прогресу в феномен «четвертої промислової революції», яка тільки починає обговорюватися в науковому співтоваристві, в той час як сам перехід до цифрового середовища вже відбувся в багатьох розвинутих країнах. Таким чином, комплексне впровадження технологій Індустрії 4.0 створює нові можливості для підприємств, а саме дозволяє прискорювати впровадження інновацій, збільшувати доходи від впровадження інноваційної продукції, зменшити ризики, забезпечити можливості кастомізації продуктів для кращого задоволення потреб споживачів, зокрема транснаціональних торгових мереж, прискорює шлях від створення до виготовлення та продажу нових видів продукції, оптимізує і координує взаємодію з постачальниками і партнерами.

Список використаних джерел:

1. Райнерт Ерік С. Як багаті країни забагатіли… і чому бідні країни лишаються бідними. Переклад з англійської Петра Терещука./ Ерік Райнерт. – Київ: Темпора, 2015. 444 с.

2. Шваб К. Четвертая промышленная революция / К.Шваб. М.: Издательство: Эксмо, 2018. – 208 с.

3. Agermann H. Recommendations for implementing the strategic initiative Industrie 4.0: Final report of the Industrie 4.0 Working Group / W. Wahlster and J. Helbig, - 2013/ URL: https://www.din.de/blob/76902/e8cac883f42bf28536e7e8165993f1fd/recommendations-for-implementing-industry-4-0-data.pdf/

Winterhalter C., Ziesemer M., Leukert B., Karliczek A., Altmeier P., Al-Saleh A. What Is Industrie 4.0. URL: https://www.plattform-i40.de/PI40/Navigation/EN/Industrie40/WhatIsIndustrie40/what-is-industrie40.html

УДК 658

Ланківська В. Р., магістрант, гр. ЗПВ-18м, ФБСО
Науковий керівник: Сотник А.А., к.е.н.
Державний університет «Житомирська політехніка»

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МАТЕРІАЛЬНИМИ РЕСУРСАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Для організації вдалої та прибуткової діяльності промислового підприємства важливим чинником є створення ефективної системи управління матеріальними ресурсами та їх правильного руху на підприємстві.

Матеріальні ресурси підприємства це сукупність матеріально-речових благ, які необхідні для забезпечення безперервного виробництва продукції, надання послуг та виконання робіт. Будучи предметами праці, матеріальні ресурси разом з засобами праці та робочою силою забезпечують виробничий процес підприємства, в якому використовуються однократно. Проходячи послідовно всі стадії виробничого процесу, матеріальні ресурси, набувають форму товару з усіма його особливостями, їх вартість повністю передається на собівартість створеного продукту.

Ефективність використання матеріальних ресурсів – це відношення об'єму вироблених економічних благ (результату) та кількості використаних матеріальних ресурсів. Матеріальні ресурси, їх вартість та кількість напряму впливають на такий важливий показник, як собівартість продукції, а вона у свою чергу має вплив на конкурентоздатність підприємства на ринку.

Підвищення ефективності використання матеріальних ресурсів дає можливість збільшити обсяг продукції, що виготовляється без зміни розмірів матеріальних витрат. Шляхами удосконалення забезпеченості підприємства матеріальними ресурсами є два способи: екстенсивний та інтенсивний. В основі екстенсивного шляху полягає збільшення виробництва та добутку ресурсів, що тягне за собою додаткові витрати. Отже, найбільш ефективним є використання інтенсивного шляху, до якого відноситься раціональний розкрій матеріалів, використання прогресивних науково обґрунтованих норм втрат матеріальних ресурсів, впровадження безвідходних технологій, утилізація відходів матеріальних ресурсів.

В основі ефективного використання матеріальних ресурсів полягає система планування та контролю, яка містить в собі наступні етапи: розробка стратегічного бізнес-плану; план потреби в ресурсах; план

виробництва; закупівля та контроль за виробництвом; головний календарний план виробництва. За кожним з цих етапів закріплене своє завдання, протяжність та рівень деталізації.

Одним з методів планування матеріальних ресурсів є метод MRP (Material Requirements Planning) – головна ціль якого передбачає зниження витрат до мінімуму, які пов'язані з утриманням запасів на складі. Цей метод базується на принципі визначення залежності між потребою у сировині, напівфабрикатах, інших продуктах та плану випуску готової продукції. Урахування такої залежності, а також визначення періодів технологічних циклів виробництва продукції дає можливість розрахувати необхідний запас матеріалів. Використання цього методу потребує формування проектів замовлень на закупівлю та внутрішнє виробництво необхідних матеріалів і напівфабрикатів. Застосування цього методу дозволяє оптимізувати план постачання матеріалів та комплектуючих, тим самим знизити витрати на виробництво та підвищити його ефективність. Варто вказати на недолік цього методу, а саме при розробці розрахунків не враховуються вже наявні виробничі потужності, їх завантаженість та вартість робочої сили. Цей недолік усунено у методі MRP – 2, в якому протягом всього циклу від закупівлі сировини до відвантаження продукту споживачу здійснюється прогнозування, планування та контроль [1, с.28].

Необхідність в матеріальних ресурсах зумовлена потребою реалізації виробничої програми, матеріальних витрат на капітальне будівництво, на непромислові потреби та формування необхідних запасів матеріальних ресурсів на кінець року. Від того, яким чином здійснюється процес матеріально-технічного забезпечення та контроль за дотриманням режиму економії на підприємстві, залежать найбільш важливі показники діяльності, такі як об'єм виробництва, рентабельність підприємства, ліквідність та фінансовий стан суб'єкта господарювання.

Щодо можливих факторів підвищення ефективності використання матеріальних ресурсів, варто зазначити технічні, які сприяють підвищенню продуктивності обладнання, покращенню його надійності та довговічності та технологічні фактори, які мають вплив на стадії виробництва продукції, сприяють зниженню відходів матеріалів і зменшенню витрат. Ще одним напрямком підвищення ефективності матеріально-технічного забезпечення підприємства є використання ресурсозберігаючих технологій [2, с. 98].

Підсумовуючи наведене вище, робимо висновок, що за рахунок перерахованих заходів підприємство буде мати можливість: планувати збереження матеріалів, мотивувати співробітників щодо

ресурсозбереження, здійснювати облік та оцінку ефективності використання ресурсів, контролювати процес формування матеріальних витрат.

Список літератури:

1. Дудулин А.Н. Эффективное использование материальных ресурсов / А.Н. Дудулин, И.А. Рятских. – М.: Знание, 2013. – 64 с.

2. Конащук В.Л. Напрями та резерви раціонального використання ресурсів підприємства / В.Л. Конащук, О.О.Дусенко Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2014. – № 6. – С. 97-104.

УДК 338

Лебедєва О.О., магістрант
Науковий керівник: Семерунь Л.В., к.е.н., доцент
Одеський національний політехнічний університет

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВ КАБЕЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Прибуток є головною рушійною силою ринкової економіки, він забезпечує інтереси держави, власників і персоналу підприємств. В умовах ринкової економіки прибуток є головною метою, основним спонукальним мотивом будь-якого бізнесу, створює базу економічного розвитку держави в цілому, є критерієм ефективності конкретної діяльності. У системі внутрішніх джерел формування фінансових ресурсів, що забезпечують розвиток підприємства, прибутку належить головна роль. Крім того, прибуток служить джерелом зростання ринкової вартості підприємства, задоволення соціальних потреб, основним захисним механізмом загрози банкрутства.

За даними Державного комітету статистики України у січні-червні 2019 р. 25,6% підприємств працювали збитково, а сума чистого збитку становила 70518,8 млн.грн. У тому числі збитки промислових підприємств становили 43103,4 млн.грн. [1]. Виходячи з цього, проблеми вдосконалення існуючих інструментів управління прибутком підприємства кабельної промисловості є вельми актуальними.

Проблеми управління прибутком розглянуто у роботах вітчизняних авторів, таких як І.О.Бланк, М.Г.Грещак, Л.В.Фролова, О.В.Єфімова, Н.Н.Ушакова, і зарубіжних - Д.Хорн, Б.Файфер, Д.Миддлтон, Ж.Ришар, Л.Чедвиг, Д.Шим і ін.

Мета даного дослідження полягає у всебічному вивченні процесу управління прибутком підприємств кабельної промисловості, питань його формування та використання, а також розгляд інструментів управління прибутком.

Управління прибутком являє собою процес розробки та прийняття ефективних управлінських рішень за всіма основними аспектами його формування та розподілу, і використання на підприємстві з метою максимізації добробуту власників підприємства в поточному та перспективному періодах [2].

Принципи управління прибутком залежать від багатьох факторів, головними із яких є особливості галузевої приналежності, спеціалізація підприємства, його організаційна форма і форма власності, цілі стратегічного розвитку й етапи реалізації стратегії і т.д. Це зумовлює поряд з використанням загальноприйнятих принципів управління прибутком необхідність розробки особливих принципів для кожного конкретного підприємства індивідуально, ґрунтуючись на системному підході і комплексному аналізі його діяльності. Дослідження принципів управління дозволяє застосовувати обмірковані, аргументовані дії і рішення при розробці інструментів управління прибутком [3].

Бланк І.О. виділяє п'ять основних принципів, що лежать в основі управління прибутком [2, с.48-50]:

– інтегрованість із загальною системою управління підприємством. Так як прибуток є основним узагальнюючим показником діяльності всього підприємства, то будь-які управлінські рішення, в остаточному підсумку, впливають на його обсяг. Тому управління прибутком повинне бути безпосередньо пов'язане з усією системою управління підприємством;

– комплексний характер прийняття управлінських рішень;

– високий динамізм управління. Постійні зміни умов зовнішнього й внутрішнього середовища, вимагають від системи управління прибутком здібності швидко пристосовуватися до цих змін;

– варіативність підходів до розробки окремих управлінських рішень. Найбільш вірне управлінське рішення можна сформувати тільки в тому випадку, якщо аналізуються кілька альтернативних сценаріїв розвитку господарської діяльності підприємства;

– орієнтованість на стратегічні цілі розвитку підприємства. Формування цілей управління прибутком повинне здійснюватися з урахуванням стратегічних пріоритетів розвитку господарської діяльності.

Управління прибутком підприємства під час його формування, розподілу та використання передбачає створення певних управлінських

та організаційних аспектів. Так, під час формування прибутку підприємств кабельної промисловості необхідно розробити систему показників для оцінки його потенційного обсягу та якості.

Під час розподілу прибутку необхідно визначити пріоритетні напрями розвитку підприємства для ефективного його функціонування, тобто розподіл і використання прибутку повинні виходити із головної місії підприємства та досягнення стратегічних цілей.

Важливим аспектом в управлінні прибутком є пошук шляхів підвищення прибутковості підприємства. Для пошуку резервів прибутковості доцільно скористатися трирівневою факторною моделлю оцінки рентабельності операційної діяльності, яка запропонована в роботі Семерунь Л.В. [4]. Серед головних факторів впливу в моделі виділено фінансові результати та витрати операційної діяльності, які характеризують перший результатно-витратний рівень дослідження. На другому рівні, оцінюють вплив фінансових результатів від основної та результатів іншої операційної діяльності. На третьому рівні, враховуючи специфіку підприємств кабельної промисловості доцільно деталізувати процес формування результатів через ціновий фактор, фізичний обсяг реалізації, рівень валового прибутку, рівень адміністративно-збутових витрат, розмір інших операційних доходів і витрат іншої операційної діяльності.

Застосування зазначеної моделі дозволить своєчасно виявляти резерви підвищення прибутковості операційної діяльності підприємств кабельної промисловості. Оскільки тільки розуміння того в якому напрямку діяти, може привести до позитивної динаміки прибутку підприємства. Необхідно застосовувати ефективні підходи до управління прибутком суб'єктів господарювання задля підвищення рентабельності виробництва та інвестиційної привабливості, зміцнення конкурентоспроможності підприємства на ринку кабельної продукції.

Література

1. Офіційний web-сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу з http://www.ukrstat.gov.ua.

2. Бланк И.А. Управление прибылью [Текст] / И.А. Бланк -К.: Ника-Центр, Эльга, 2002.-752с.

3. Денисенко Л.О., Кучерявенко Ю.О. Шляхи поліпшення процесу управління прибутком на підприємстві / Л.О. Денисенко, Ю.О. Кучерявенко // Проблеми економіки організації та управління підприємствами. Вісник КНУТД. – 2014. – № 1. – С. 145–152.

4. Семерунь Л.В. Фактори і резерви підвищення ефективності операційної діяльності торговельних підприємств / Л.В. Семерунь //

Торгівля і ринок України: зб. наук. праць. -Донецьк : Вид-во ДонНУЕТ, 2010. - Вип. 29. - С. 284-292.

УДК 331.2

Літвінова А. О., магістрант, гр. ПВМ-3, ФБСО
Науковий керівник: Орлова К. Є., к.е.н., доц.
Державного університету «Житомирська політехніка»

РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах конкурентного середовища персонал виступає одним з ключових чинників формування додаткових переваг для підприємства, забезпечення його успіху, конкурентоспроможності та стійкості функціонування на ринку. Управління формуванням та використанням трудових можливостей персоналу за таких умов виступає важливою передумовою забезпечення ефективності менеджменту в цілому.

Одним з ключових компонентів системи управління персоналом виступає організація оплати праці. Оплата праці виступає важливим компонентом забезпечення діяльності підприємства в цілому, водночас, складним питанням, вирішення якого вимагає активізації зусиль як науковців-теоретиків, так і практиків. Варто відзначити, що, не дивлячись на значну кількість наукових досліджень, сутність поняття «оплата праці» залишається дискусійним моментом. Зокрема, досить поширеним є ототожнення понять «оплата праці» та «заробітна плата».

Варто відзначити, що основною причиною ототожнення є відсутність у чинному законодавстві поняття «оплата праці». Натомість, згідно із ст. 1 Закону України «Про оплату праці», заробітна плата – це будь-який заробіток, обчислений, як правило, в грошовому виразі, який за трудовим договором власник або уповноважений ним орган виплачує працівникові за виконану роботу або надані послуги [2]. Таким чином, можемо дійти висновку, що у чинному законодавстві поняття заробітної плати та оплати праці розглядаються як синонімічні. Водночас, значна кількість вчених розмежовують цих два поняття. В рамках дослідження під оплатою праці розумітимемо систему відносин, пов'язаних із забезпеченням встановлення та здійснення власником (роботодавцем) виплат працівникам за використання їх ресурсу праці (надані послуги робочої сили) відповідно до законів, інших актів і трудового договору. Предметом відносин оплати праці є заробітна плата.

Ефективна організація оплати праці виконує на підприємстві

подвійну роль: з одного боку, управління витратами на оплату праці є компонентом механізму оптимізації витрат господарської діяльності підприємства, з іншого, – заробітна плата є головним мотиватором ефективної роботи персоналу та джерелом його відтворення. Саме цією подвійною роллю обумовлений основний конфлікт у системі відносин з питань оплати праці – між роботодавцем, який зацікавлений у зменшенні своїх витрат, та працівником, який прагне отримувати вищий заробіток. Тому ефективна організація оплати праці повинна бути спрямована на вирішення даного конфлікту з огляду на збереження рівня продуктивності праці персоналу.

Формування системи оплати праці на підприємстві перебуває під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів:

1) внутрішні: фінансові можливості підприємства, рівень його прибутковості, рівень кваліфікації та професійності працівників;

2) зовнішні: рівень мінімальної заробітної плати; розмір прожиткового мінімуму; ціна на робочу силу, яка склалась на ринку праці [3].

Роль організації оплати праці на підприємстві обумовлена її функціями:

– відтворювальна – передбачає забезпечення працівників та членів їх сімей необхідними життєвими благами відновлення можливостей до трудової діяльності та відтворення персоналу;

– стимулююча – передбачає встановлення залежності між розміром заробітку працівника та результатами її діяльності;

– регулююча – заробітна плата є регулятором, що впливає на розподіл працівників між галузями національної економіки з точки зору привабливості умов праці;

– соціальна – відображає міру живої праці при розподілі фонду споживання між найманим працівником і власником засобів виробництва [4].

Наведені функції заробітної плати тісно взаємопов’язані між собою, і лише за їхньої сукупної наявності досягається ефективна організація заробітної плати.

Роль організації оплати праці визначає необхідність удосконалення відносин у визначеній сфері.

Науковцями визначено наступні основні напрями вдосконалення механізму формування заробітної плати: на макро- та галузевому рівнях:

1) запровадження моніторингу рівня заробітної плати та оцінки впливу на її динаміку найбільш вагомих чинників на основі розробки методики факторного аналізу динаміки заробітної плати. Висвітлення результатів моніторингу та аналізу у засобах масової інформації;

2) забезпечення формування в економіці України об'єктивної ринкової вартості робочої сили, яка базується на реальних потребах працівника, вартості життя та інвестиціях в людський капітал; забезпечення формування заробітної плати у відповідності до ринкової вартості робочої сили;

3) забезпечення широкого застосування в економіці України гнучких та багатофакторних форм оплати праці як таких, що більш повно враховують всі умови та результати праці, а також інтереси працівників і роботодавців;

4) регулярне вивчення позитивного досвіду в організації оплати праці на вітчизняних та зарубіжних підприємствах, забезпечення поширення інформації щодо нього та можливостей впровадження [1].

На мікрорівні:

1) запровадження на підприємствах таких систем організації оплати праці, які б базувались на сучасній теорії та практиці організації оплати праці, її матеріального стимулювання;

2) посилення взаємозв'язку між індивідуальними та колективними трудовими здобутками та розміром оплати праці кожного працівника при колективній формі організації праці;

3) забезпечення прямої залежності заробітної плати від ефективності діяльності підприємства в цілому та того структурного підрозділу, в якому працює працівник;

4) посилення залежності оплати праці від якісних параметрів працівника, рівня його кваліфікації, інноваційності, мобільності [1].

Отже, організація оплати праці виступає важливим компонентом системи менеджменту в цілому. Раціонально організована система оплати праці є важливою передумовою забезпечення стійкості та ефективності розвитку підприємства.

Список літератури:

1. Блонська В. І., Розумійко Р. З. Матеріальне стимулювання праці персоналу як основний елемент мотивації праці. Науковий вісник НЛТУ : зб. наук.-техн. пр. Львів, 2006. Вип. 16.7. С. 222–225.

2. Про оплату праці : Закон України від 24.03.1995 р. № 108/95-ВР. URL: http://zakon2.rada.gov.ua.

3. Складанна К. І. Резерви підвищення оплати праці на підприємстві // Наука і вища освіта : тези доп. учасників XXIII Міжнар. наук. конф. студ. і молодих учених. Запоріжжя : КПУ, 2015. С. 18.

4. Сьомченко В. В., Засипко К. О. Заробітна плата як соціально-економічна категорія // Вісник Запорізького національного університету. 2016. № 1(29). С. 121-127.

УДК 658.8, 339.1

Ляховська О. В., к.е.н., науковий співробітник відділу проблем реального сектора економіки регіонів
ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М. І. Долішнього НАН України»

ПІДПРИЄМСТВА БОРОШНОМЕЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВІСТЬ УКРАЇНИ: АКТУАЛЬНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Актуальність. Розвиток борошномельної промисловості важливий для вітчизняної економіки в плані виробництва базового продукту для глибинної переробки зерна, і, водночас, як перспективний напрямок міжнародної торгівлі. Підприємства-виробники борошна відповідають за принципи роботи та якість продукції, конкурентоспроможність на міжнародному ринку та, водночас, харчову безпеку України. Тому, доцільно дослідити діяльність підприємств борошномельної промисловості, та виявити проблеми і перспективи їх подальшого розвитку.

Тема розвитку борошномельної промисловості широко досліджувана сучасними науковцями, зокрема, висвітлена у працях Юрченко А. Ю.[1], Мороз О. В., Стасенко Д. В, [2],Грідіна О. В. [3] та інших. Проте, варто виділити перспективні напрями подальшого розвитку діяльності підприємств борошномельної промисловості відповідно до актуального бізнес-середовища та стану ринку.

Основний матеріал. Розвиток харчової промисловості – основа продовольчої безпеки країни. В Україні сформована культура харчування, у якій продукція борошномельної промисловості займає одне з чільних місць. Проте, впродовж останніх років, обсяги споживання харчових продуктів (в тому числі хлібних) зменшуються, що формує нові умови функціонування підприємств даної галузі.

За 2010-2017 роки кількість підприємств борошномельної промисловості зменшилась на 30% (у 2017 році функціонували 682 підприємства з виробництво продуктів борошномельно-круп'яної промисловості, крохмалів та крохмальних продуктів) проте, обсяг реалізованої ними продукції (у грошовій формі) зріс практично у 2,5 рази [4].

Борошномельні підприємства функціонують переважно у формі великих підприємств, що зумовлено великою вартість млинів та масштабністю виробництва (всього 36 підприємств, що виробляли

більше 1000 т. борошна в місяць). За останні роки в Україні виділились найбільш конкурентоздатні компанії, що займають значні частки виробництва борошна (рис.1): десять компаній-лідерів ринку борошномельної продукції виробили у 2018 році більше 50% від виробленого борошна в Україні.

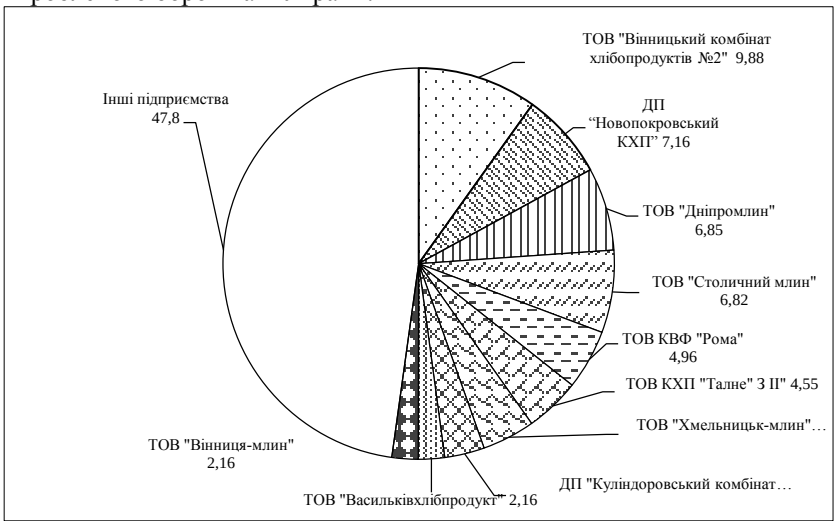
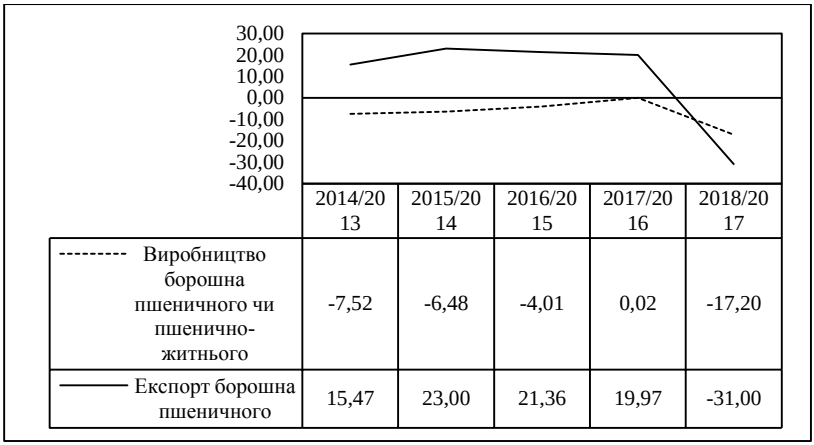


Рис. 1. Частка найбільших підприємств у виробництві борошна в Україні у 2018 році, %

*побудовано автором за [5]

Відповідно, діяльність найбільших підприємств формує бізнес-середовище борошномельного виробництва. Відтак, більшість вказаних підприємств зорієнтовані на експорт своєї продукції, до прикладу, ТОВ «Вінницький комбінат хлібопродуктів №2» експортує свою продукцію у 15 країн світу, продукція ТОВ «Столичний млин» експортується у Турцію, ОАЕ, В'єтнам, Ємен, Грецію, Ліван, Грузію, Великобританію, Венесуелу (близько 72 тис.т. на рік). Така стратегія розвитку актуальна для сучасного ринку борошномельної продукції: вітчизняний попит падає, а світовий – зростає.

За останні роки (2013-2018) загальні тенденції виробництва борошна в Україні характеризувались стабільними темпами до зниження. Водночас експорт даної продукції зростав до 2017 року, у 2018 році – знизився на 31% (рис.2).



	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016	2018/2017
Виробництво борошна пшеничного чи пшенично-житнього	-7,52	-6,48	-4,01	0,02	-17,20
Експорт борошна пшеничного	15,47	23,00	21,36	19,97	-31,00

*Рис. 2. Темп приросту виробництва та експорту борошна в Україні, %*побудовано за [4, 6]*

Зважаючи на це, стратегічний розвиток борошномельного виробництва має бути спрямованим:

- на розвиток глибинної переробки зерна з реалізацією готової харчової продукції. Оскільки, за останні роки зростає експорт зерна та продукції борошномельної промисловості, а експорт готової харчової продукції із зерна падає, Українські товаровиробники втрачають на можливості збільшити додану вартість (при глибинній переробці);

- активізацію експорту продукції вітчизняних виробників борошна. Розвиток підприємств в контексті виходу на міжнародний ринок та закріплення існуючих конкурентоздатних позицій (частка України у світовому експорті борошна становить 2,2%) доцільно спрямовувати на: вдосконалення якості виробництва та відповідності до міжнародних стандартів, відповідності асортименту борошномельної продукції до вимог ринку, екологічності виробництва та інше.

Висновки. На основі вище наведеного огляду діяльності підприємств борошномельної промисловості, доцільно виділити, що

- на ринку борошномельної промисловості України домінують великі підприємства, які зайняли основну нішу ринку, були основними виробниками та експортерами даної продукції;

- в зв’язку з перенасиченням внутрішнього ринку борошномельною продукцією, основними напрямами подальшого розвитку даної підприємницької діяльності мають бути розвиток глибинної переробки та налагодження міжнародної торгівлі.

Список літератури

1. Юрченко А. Ю. (2017) Особливості функціонування та інноваційного розвитку борошномельних підприємств на продовольчому ринку України. *Економіка та управління підприємствами.* Випуск № 11, 2017. С. 344-348

2. МОРОЗ О. В., Стасенко Д. В.(2015) Аналіз сучасного стану борошномельного виробництва Вінниччини. *Економіка АПК.* Наука й економіка, 2015, № 2 (38), С. 58-61.

3. Грідін О. В. (2015) Теоретичні та практичні аспекти перспектив розвитку підприємств борошномельно-круп'яної галузі України. *Вісник Харківського НТУ СГ ім. Петра Василенка.* Економічні науки, №162, С. 123-130.

4. Офіційний сайд Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/ (дата звернення: 29.10.2019).

5. Топ-компанії з експорту бакалійних виробів. *Ukrainian Food Expo*. URL:http://www.ukrainian-food.org/uk/post/top-kompanii-z-eksportu-bakalijnih-virobiv (дата звернення: 29.10.2019).

6. Офіційний сайт Державної фіскальної служби України. URL: http://sfs.gov.ua/ms/ (дата звернення: 29.10.2019).

УДК:564.23.034

Мавлонов Ш., Зоиров Ғ., магистранты
Каршинского государственного университета,Узбекистан

ОПЫТ ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН О ЗАНЯТОСТИ НАСЕЛЕНИЯ

Одним из основных проблем мировой общественности является обеспечение занятости населения, особенно постоянная занятость отраслях экономике. По сведениям Международной организации труда, «в настоящее время на Земле 1,44 миллиарда человек сталкиваются с проблемами нестабильной занятости. В мире 73 миллиона юношей и девушек входят в ряд безработных. Для решения проблемы глобальной занятости в ближайшие десятилетия необходимо создать около 475 миллиона новых рабочих мест»[4]. В этой связи государствами реализуются масштабные меры по повышение эффективности рынка труда, создание новых рабочих мест и сокращение безработицы.

1. Данные Международной организации труда // http: // www.ilo.orc.

В мире ведутся многочисленные научные исследования направленные на решения проблем в сфере повышения обеспечения занятости населения, а так же решение проблем на основе соотношения спроса и предложения повышения эффективности рынка труда. В этих научных исследованиях особое внимание выделены на разработку таких проблем как, соотношения спроса и предложения на рынке труда, обеспечения равновесия между созданием новых рабочих мест и спросом на рабочую силу, повышение качества предложения труда на рынке труда, а также на разработку эффективных форм и средств занятости.

В нашей стране особое внимание уделяется занятости, особенно последние годы на повышение эффективности рынка труда, обеспечение регулярной занятости населения и роста доходов, обеспечение занятости женщин и членов семей с низким доходом, регулирование внешней трудовой миграции. В государственной программе по реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах в “Год активных инвестиций и социального развития” определены конкретные меры по “внедрению механизмов дальнейшего№УП-5052 “О мерах по дальнейшему совершенствованию государственной политики в сфере занятости и коренному повышению эффективности деятельности органов по труду”, постановлениях Президента Республики Узбекистан от 24 мая 2017 года №ПП-3001 “О мерах по организации деятельности Министерства занятости и трудовых отношений Республики Узбекистан», от 11 июня 2018 года №ПП-3782 «Об организационных мерах по стимулированию обеспечения занятости социально уязвимых слоев населения», а также в постановлении Кабинета Министров от 28 октября 2017 года №877 «Об утверждении «Положения о порядке формирования государственного заказа на создание рабочих мест и подготовку кадров с учетом текущих и перспективных потребностей рынка труда» и других нормативных актах.

Соответствие исследования приоритетным стимулирования создания новых рабочих мест. В этой связи особое значение приобретает расширение научных исследований направленных на широкое использование нетрадиционных форм занятости населения, разработки форм дистанционной занятости, созданию новых рабочих мест на основе эффективной организации производства, повышению точности прогноза рынка труда и демографического роста.

Иисследование в определенной степени будет содействовать реализации задач, определенных в обращении к Олий Мажлису

Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиеёва, в указах Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года №УП-4947 “О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан”, от 24 мая 2017[5].

Национальная база данных законодательства, 18.01.2019 г., № 06/19/5635/2502. 27 года рынок труда является составной частью национального рынка труда, и отличается территориальной расположенностью на селе, и превалированием аграрных взаимоотношений, его самой важной социальной функцией является обеспечение эффективной занятости трудоспособного населения в республике.

Рынок труда также характеризуется более стабильным развитием по сравнению с городским рынком труда спроса и предложения,и их соотношения, цены и качества рабочей силы. Плотное размещениеи рабочей силы на единицу территории, низкий уровень сплоченности, слабое развитие социальной и производственной инфраструктур на селе также оказывают влияние на развитие рынка труда.

Трудоустройство трудоспособного населения на сельском рынке труда обеспечивается за счет крупных и малых бизнес субъектов, а также путем обеспечения самостоятельной занятости населения.

В исследовании также предложены основные показатели повышения занятости населения в которые входят доля экономически активной части населения, занятой в экономике, нуждающиеся в трудоустройстве лица (безработные), отраслевой и региональный состав занятости, уровни квалификации рабочей силы, спрос и предложение рабочей силы, их соотношение, доля сезонных работников в общей структуре занятых , соотношение занятых в сельскохозяйственном и несельскохозяйственном секторах, количество предпринимателей на селе, количество наемных работников, коэффициент напряженности на рынке труда.

В исследовании изучен опыт США, Германии, Китая и Италии по обеспечению занятости сельских жителей. В частности, исходя из опыта США, целесообразно создание “банка рабочих мест”, использование гибких форм занятости в обеспечении занятости

---

2. Данные Международной организации труда // http: // www.ilo.orc.

3 Указ Президента Республики Узбекистан от 17 января 2019 года №635 «О Государственной программе по реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах в “Год активных инвестиций и социального развития”».

населения. Также при махаллинских и сельских сходах граждан .

В Узбекистане целесообразно использование таких современных и эффективных форм самостоятельной занятости, применяемых в США, как инновационное предпринимательство, персональный др.

Использование опыта Германии, проводимого под лозунгом “Помогай и требуй!” по реформированию рынка труда дает хорошие результаты. При этом активная часть населения, которая долгое время находилась в поисках работы, поддерживается государством. То есть, безработные получают материальную помощь для поиска работы.

Исходя их опыта Китая, предлагается усиление социальной защиты безработных, сокращение миграции сельского населения в город, поддержка мер по развитию промышленности, частного предпринимательства на селе, увеличение количества высококвалифицированных специалистов по информационно-коммуникационным технологиям в сельской местности.

Главный критерий-повышение доходов сельского населения Сокращение предложения рабочей силы на селе Создание новых инновационных рабочих мест Повышение уровня квалификационных знаний

Сельскохозяйственных работников Достижение естественного уровня безработицы Увеличение количества несельскохозяйственных рабочих мест населения, социально-экономические отношения между работодателями и безработными, основные причины возникновения безработицы.

Нужно особо отметить, 59,5 процент занятого населения области действует в неофициальном секторе. А это требует усиления мер по переводу занятых в неофициальном секторе в официальный сектор.

За истекший период количество нуждающихся в трудоустройстве увеличилось в 3,2 раза, и в 2018 году в области уровень безработицы составил 9,7 процентов. Уровень безработицы населения Кашкадарьинской области выше, чем республиканский показатель. Анализ по районам показывает, что уровень безработицы по сравнению с другими районами области высокий в Дехканабадском (11,3%), Камашинском и Китабском (10,3%), Чиракчинском (10,1%), Миришкорском и Гузорском (10%) районах.

Будет целесообразным развитие деятельности системы внешней трудовой миграции по защите прав трудовых мигрантов организованной в Кашкадарьинской области. К сожалению, пока это не организовано в области, в некоторых случаях доля нелегальной миграции т руда составляет 99,5 процентов.

Литературы

1. Данные Международной организации труда // http: // www.ilo.orc.
2. Данные Международной организации труда // http: // www.ilo.orc.
3 Указ Президента Республики Узбекистан от 17 января 2019 года №635 «О Государственной программе по реализации Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах в "Год активных инвестиций и социального развития"».
4.Эргашев Р.Х.,А.Д.Равшанов- Инновационной направления устойчивого развития аграрного сектора Узбекистана, IV Международной научно-практической конференции "Формирование эффективной модели развития предприятия в условиях рыночной экономики" Житомир, (24-25ноября 2016 года) 325-327 стр.

УДК 338.43

Мазурок Б. Ю., магістрант, гр. ЗПВ-18м, ФБСО
Науковий керівник: Орлова К. Є., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Сільське господарство відіграє вкрай важливу роль у економіці України. Саме ця галузь володіє необхідною ресурсною базою і є основоположною у забезпеченні продовольчої безпеки країни.

Сільськогосподарська галузь завжди була однією з пріоритетних галузей української економіки, бо вона дозволяє забезпечити продовольчу безпеку нашої країни. Важливе завдання для економіки України – забезпечення активного та відносно сталого розвитку АПК, який би зміг скласти конкуренцію АПК у міжнародних масштабах.

Сільське господарство – це важлива галузь, яка суттєво впливає на соціально-економічний розвиток суспільства в цілому. Вона є первинною ланкою агропромислового комплексу (АПК) і, разом з харчовою і деякими галузями легкої промисловості (текстильної, шкіряної, хутрової тощо), становить його основу. Україна займає лідируючі позиції в світі по виробництву і експорту багатьох продуктів.

Зокрема, нарощування виробництва зернових – важлива умова розвитку сільського господарства, зміцнення економічної могутності нашої країни, підвищення життєвого рівня народу та його продовольчого забезпечення. Від загального обсягу виробництва зерна

залежить рівень забезпечення населення хлібом і хлібопродуктами, тваринництва – концентрованими кормами, різних галузей промисловості – сировиною, а торгівлі – продовольчими товарами. Від розвитку зернового господарства залежить розвиток інших галузей сільського господарства і найбільше тваринництва.

Станом на 2017 р. Україна займає 9 місце в світі по виробництву зернових культур, об'єм виробництва становив 60686,033 тис. тон. Площа сільськогосподарських земель в Україні становить 415150 км2.

Важливим показником діяльності підприємств певної галузі є обсяг випуску продукції. Проаналізуємо випуск продукції сільського господарства у період 2014-2018 рр. (табл. 1).

З даних табл. 1 видно, що у загальній структурі виробництва сільськогосподарської продукції протягом 2014-2018 рр. відбувається скорочення ваги домашніх господарств, так, у 2014 р. вони забезпечували 43,5 % випуску сільськогосподарської продукції, а у 2018 р. – 37,2 %. Це негативна тенденція, що свідчить про зниження активності домашніх господарств в результаті збитковості та неналежної підтримки з боку держави.

Таблиця 1

Випуск продукції сільського господарства України у 2014-2018 рр. (млн. грн.)

Показник	2014	2015	2016	2017	2018
Випуск	371189	544206	637791	707792	847587
Нефінансові корпорації та сектор загальнодержавного управління	209644	327346	387277	428399	532683
у відсотках %	56,5	60,2	60,7	60,5	62,8
Домашні господарства	161545	216860	250514	279393	314904
у відсотках, %	43,5	39,8	39,3	39,5	37,2

Джерело: складено за даними [1]

Кінцевим результатом та основною метою функціонування будь-якого підприємства є прибуток як міра ефективності його діяльності. Рентабельність, у свою чергу, виступає відносним показником ефективності, що надає можливість співставити отримані результати із понесеними при цьому витратами. Зазначені показники виступають підгрунтям у процесі аналізу ефективності діяльності підприємства, а також формують інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень.

Проведемо аналіз фінансових результатів та рентабельності сільськогосподарських підприємств України у період 2014-2018 рр. (табл. 2).

За даними табл. 2 бачимо, що сальдо є позитивним протягом всього досліджуваного періоду та у 2018 р. воно становить 66878,1 млн. грн., тобто прибуток сільськогосподарських підприємств на таку суму переважає над збитком. Переважна частка підприємств (86,7 % у 2018 р.) є прибутковими, що свідчить про позитивну ситуацію у галузі. Рентабельність діяльності також характеризується позитивними тенденціями та зростає на 4,2 п. (до 13,5 % у 2018 р.).

Отже, в цілому діяльність сільськогосподарських підприємств характеризується позитивними тенденціями. Водночас, спостерігаються і негативні фактори впливу на діяльність аграрних підприємств.

Таблиця 2

Показники фінансових результатів та рентабельності сільськогосподарських підприємств у 2014-2018 рр.

Показники	2014	2015	2016	2017	2018	Відхилення 2018 р. від 2014 р.
Чистий прибуток, млн. грн.	21413,4	101912,2	89816,3	68276,8	66878,1	45464,7
% прибуткових підприємств	84,7	88,9	88,4	86,7	86,7	2
Прибуток, млн. грн.	51668,0	127525,5	102496,1	88676,3	93135,1	41467,1
% збиткових підприємств	15,3	11,1	11,6	13,3	13,3	-2
Збиток, млн. грн.	30254,6	25613,3	12679,8	20399,5	26257,0	-3997,6
Рентабельність діяльності, %	9,3	30,4	25,6	16,5	13,5	4,2

Джерело: складено за даними [1]

Загальними проблемами для розвитку сільського господарства в Україні є наступні: низький рівень забезпечення матеріально-технічними ресурсами; відсутність розвинутої ринкової інфраструктури; цінова нестабільність та невизначеність на сільськогосподарських ринках; високі відсоткові ставки та низька оборотність капіталу; встановлення квот на продаж продукції для країн

ЄС; відсутність належної державної підтримки.

Відповідно можемо запропонувати наступні заходи щодо покращення ситуації в сільському господарстві: удосконалення програм державної підтримки аграрних підприємств; нарощення обсягів виробництва та захоплення нових ринків збуту, зокрема, в Азії; реалізація стратегія «ринкової ніші» (ніша екологічно чистої продукції); покращення умов кредитування сільськогосподарських підприємств.

В цілому, сільське господарство України займає важливе місце в економіці в цілому та характеризується позитивними тенденціями розвитку. Водночас, існують і негативні фактори, що потребують розробки відповідних заходів управлінського впливу.

Список літератури:

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua.

УДК 338.14

Марищенко Я.С., Кігай В.А.,
курсанти 2-го курсу факультету ЕПБ
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ФІКТИВНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Державні реформаційні процеси - передумови докорінних змін у економічній сфері суспільства. Перш за все, розвиток підприємництва, сприяння та вдосконалення механізмів ведення малого та середнього бізнесу, спрощення законодавства щодо оформлення та його забезпечення, прозорість податкового впливу.

Дискусії щодо впливу фіктивного підприємництва тривають сьогодні як серед громадських діячів, законодавців, юрисконсультов, так і серед науковців, безпосереднім дослідженням, цих аспектів знайшло своє відображення у працях: А.С. Мікішина, О. Д. Несімко, Є. Л. Стрельцової, В.Т. Білоуса, Ю. В. Опалінського, тому питання потребує подальшого дослідження.

Політика держави повинна спрямовуватися на боротьбу з факторами, що гальмують господарську та підприємницьку діяльність України, зокрема, одним з таких факторів є використання фіктивного підприємництва, що у подальшому призводить до тінізації господарської діяльності. Актуальним це питання є з огляду на

статистичні дані Генеральної прокуратури: з 2016 по 2018 рік за ст. 205 «Фіктивне підприємство» КУ України було винесено 368 судових рішень (3 – виправдувальні вироки, 40 – обвинувальні вироки, 325 вироків щодо затвердження угод про визнання винуватості (без фактичного дослідження судом доказів)[5].

По-перше, визначення економічного змісту дефініції «фіктивне підприємство», що здебільшого визначається, як «незаконна або удавана діяльність, яка проваджується від імені фіктивних суб'єктів господарювання різних видів і форм, фізичних осіб-підприємців або службових осіб суб'єктів господарської діяльності щодо суб'єктів комерційного та некомерційного господарювання з метою заволодіння товарно-матеріальними цінностями або отримання інших неконтрольованих прибутків» [1, с. 20].

Натомість, інший науковець вважає, що під фіктивним підприємством є діяльністю громадянина-підприємця (фізичної особи) чи суб'єкта підприємницької діяльності (юридичної особи), що спрямована на фіктивне виконання своїх статутних або договірних зобов'язань (імітацію виробничої діяльності) або сприяння в цьому іншими суб'єктами підприємницької діяльності, якщо такими діями заподіяні значні матеріальні збитки громадянам, юридичним особам або державі [3, с. 41].

Зазначені визначення науковців, підтверджують, що фіктивне підприємство має тісний зв'язок з тіньовою економікою через систему відносин між економічними суб'єктами, яка самоорганізується, охоплюючи всі стадії процесу суспільного виробництва з метою отримання економічної вигоди, результати якої або способи досягнення за різних причин або підміняються, або зменшуються, або повністю приховуються як від безпосередніх учасників, так і від закону [3, с. 42].

Існування фіктивного підприємства «позитивно» впливає на зростання рівня тінізації економіки, що проявляється у наступному:

1) ухилення від сплати податків шляхом заниження результатів господарювання, створення нелегальних фірм;

2) "відмивання" доходів тіньового походження в легальній економічній діяльності;

3) виготовлення та збут підроблених грошей, цінних паперів, документів;

4) шахрайство та обдурювання споживачів;

5) недобросовісна конкуренція [2, с. 287].

У своєю дослідженні науковець запропонував як один із заходів, щодо запобігання фіктивного підприємництва - створення єдиного центрального органу виконавчої влади, відповідального за запобігання

та розслідування всіх видів економічних правопорушень і здійснення фінансового контролю [1, с. 208]. Також вагомою подією для бізнесу став законопроект № 1080 «Про внесення змін до Кримінального кодексу та Кримінального процесуального кодексу щодо зменшення тиску на бізнес», який передбачає декриміналізацію фіктивного підприємництва [4]. Відповідь про необхідність до такого кроку знаходимо у пояснювальній записці відповідного законопроекту, де зазначається, що кримінальна відповідальність за цей злочин – один із способів тиску на бізнес в Україні.

Таким чином, підбиваючи підсумки нашого дослідження, зазначимо, що ефективні методи боротьби з проявами тінізації економіки, на прикладі фіктивного підприємства: впровадження економічних, правових, організаційно-управлінських, соціальних, інформаційних, морально-виховних заходів із запобігання проявів фіктивного підприємства; вдосконалення практичних навичок запобігання цим злочинам співробітниками спеціальних правоохоронних органів, що у подальшому сприятимуть стабільному розвитку та зміцненню економічної безпеки України.

Список літератури:

1. Мікіш А. С. Запобігання фіктивному підприємництву в Україні: автореф. дис. канд. юрид. наук: 12.00.08. Київ, 2016. - 30 с.
2. Несімко О. Д. Тінізація господарської діяльності як економічна небезпека України. *Вісник Наці. ун-у "Львівська політехніка*". Юридичні науки. 2016. № 845. 562 с.
3. Оніщик А. В. Економічна природа фіктивної діяльності суб'єктів господарювання. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво.* 2018. № 3(102). 200 с.
4. Парламент декриміналізував фіктивне підприємництво. URL: https://www.epravda.com.ua/news/2019/09/18/651744/ (Дата звернення 22.10.2019)
5. Реальне призначення вироків за ст. 205 КК: чи є сенс у ст. 205 КК як такій? URL: http://kmp.ua/uk/analytics/infoletters/the-real-goal-of-verdicts-under-article-205-of-the-criminal-code/ (Дата звернення 22.10.2019)

УДК 656.615.071.3

Матвієнко М.В., к.е.н., доцент,
Вадан Д.А., магістрант
Одеський національний морський університет

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ СТИВІДОРНИХ КОМПАНІЙ

Рівень економічної безпеки залежить від того, наскільки ефективно керівництво і спеціалісти будуть спроможні уникнути можливих загроз і ліквідувати шкідливі наслідки окремих негативних складових зовнішнього і внутрішнього середовища.

Головна мета економічної безпеки підприємства полягає в тому, щоб гарантувати його стабільне та максимально ефективно функціонування, а також високий потенціал розвитку в перспективі. А інструментом до досягнення цієї мети є управління його економічною безпекою, що забезпечує головну умову економічної безпеки підприємства – створення і підтримання раціонального, ефективного правового поля та сприяння зростанню потенціалу розвитку підприємства на основі оптимального поєднання реально існуючих ринкових, державних і механізмів управління економічною безпекою, що дозволить уникати та зменшувати негативний вплив відповідних загроз, підтримувати комерційні ризики на мінімальному рівні, забезпечувати функціонування інфраструктури, що відповідає завданням економічної безпеки бізнесу.

Методи управління економічною безпекою охоплюють способи і прийоми впливу на процес управління економічною безпекою підприємства. Виділяють широкий спектр методів управління, серед яких найбільш прикладне значення мають економічні, адміністративні, технологічні та соціально-психологічні методи. До інструментів управління економічною безпекою слід віднести сучасні способи, засоби і знаряддя, які дозволяють з урахуванням принципів та функцій управління економічною безпекою забезпечити ефективні методи впливу на процес управління економічною безпекою підприємства.

Дієвими інструментами управління економічною безпекою слід розглядати: управління ризиками підприємства; формування та впровадження систем контролінгу; проведення реінжинірингу бізнес-процесів, передавання на аутсорсинг непрофільних видів діяльності, створення аналітичних підрозділів, здатних об’єктивно оцінювати інформацію, що стосується загроз підприємства; застосування системи економічних методів управління економічною безпекою, зокрема, на

основі впровадження системи бюджетування підприємства, здатної формувати та контролювати цільовий розподіл ресурсів підприємства та контролювати рівень витрат на здійснення діяльності; впровадження маркетингових концепцій діяльності; забезпечення технологічної не залежності і досягнення високої конкурентоспроможності технічного потенціалу підприємства; збільшення капіталовкладень у ресурсозбереження; впровадження новітніх технологій, модернізація основних фондів; формування систем мотивації та матеріального заохочення діяльності працівників, які б не тільки сприяли їх матеріальному добробуту, але і поліпшенню культури виробництва, зацікавленню у діяльності, формуванню корпоративного духу, що в результаті створювало сприятливіші умови управління економічною безпекою підприємства, забезпечення правової захищеності всіх аспектів діяльності підприємства; забезпечення захисту інформації, комерційної таємниці і досягнення необхідного рівня інформаційного забезпечення роботи всіх підрозділів підприємства; ефективна організація безпеки персоналу.

Виявлення та ідентифікація факторів ризику, небезпек і загроз – одна з найбільш важливих завдань забезпечення економічної безпеки. Серед основних загроз стивідорних компаній можна виділити потенційні загрози економічній безпеці (рис. 1).

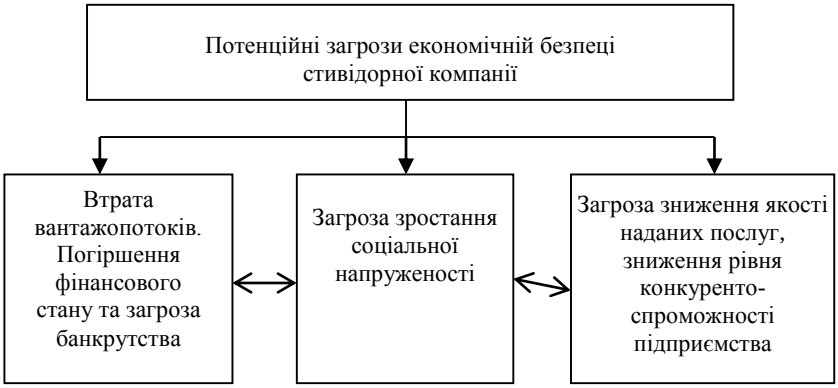


Рис. 1. Потенційні загрози економічній безпеці стивідорної компанії

Оскільки на стивідорному ринку працюють приватні та державні портові оператори, то конкуренція за вантажопотоки зростає, а це підвищує ризики втрати вантажопотоку деякими стивідорними компаніями.

Втрата вантажопотоку може призвести до погіршення фінансового стану та загрози банкрутства. Дана загроза викликана зниженням фінансової стійкості, зниженням прибутку компанії. В подальшому дана загроза може призвести до припинення діяльності підприємства. Наслідки загрози можна знизити шляхом залучення додаткових вантажопотоків, диверсифікації діяльності, впровадження системи бюджетування та ін.

Скорочення чистого прибутку компанії може призвести до зниження рівня оплати праці на підприємстві, а це сприяє посиленню соціальної напруженості та знижує продуктивність праці, якість послуг, які надаються, що, в підсумку, позначиться знову ж на репутації компанії, її фінансовому становищі. Дану загрозу можливо ліквідувати (або знизити наслідки) шляхом вдосконалення (перебудови, реінжинірингу) бізнес-процесів, визначення оптимальної кількості працівників, впровадженням адекватної системи мотивації (як грошової, так і негрошової).

Загроза зниження якості послуг, що надаються, зниження рівня конкурентоспроможності підприємства. Дана загроза є наслідком зростання зносу устаткування, зниженням показників рентабельності. Все це може привести до зниження якості, зниження рівня технічної оснащеності, і як наслідок зниження конкурентоспроможності послуг стивідорної компанії. Дану загрозу можна ліквідувати використовуючи сучасну техніку та технологію, переведенням на аутсорсинг непрофільних видів діяльності.

Визначальним етапом реалізації заходів щодо підвищення економічної безпеки підприємства є формування відповідного структурного підрозділу, який би взяв на себе реалізацію розглянутих вище заходів з управління економічною безпекою стивідорної компанії.

Усі заходи управління економічною безпекою підприємства повинні відповідати і забезпечувати виконання вибраної ним стратегії економічної безпеки, яка формується на основі загальної стратегії його розвитку із урахуванням критеріїв і вимог економічної безпеки країни.

Список використаної літератури:

1. Бойко М.О. Науково-методичні засади оцінки стану економічної безпеки стивідорної компанії : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. НАН України, Ін-т проблем ринку та екон.-екол. дослідж. Одеса, 2018. 213 с. URL: http://www.impeer.od.ua/images/Dissertations/2018/Boiko.pdf

2. Кравчук А.Ю. Система управління методичним забезпеченням економічної безпеки на підприємстві / А.Ю. Кравчук. Львів: Вид-во «Світ», 2008. 136 с.

3. Матвієнко М.В. Основи економіки морського транспорту: Навчальний посібник / М.В.Матвієнко, Ю.О. Наврозова, В.В. Щербина. – Одеса: ОНМУ, 2010. 560 с.

4. Пашнюк, Л. Загрози економічній безпеці підприємства та засоби їх нейтралізації [Текст] / Л. Пашнюк // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія: Економіка. 2014. Вип. 10(151). С. 93-97.

5. Хотеева Н.В., Чиж Л. П. Организационно-экономический механизм управления устойчивым развитием портовых предприятий : монографія. Одесса: ОНМУ, 2013. 180 с.

6. Чиж Л.П., Бойко М.О. Особливості формування системи управління економічною безпекою портового оператора // Молодий вчений. 2016. № 6(33) – С. 145-149.

УДК 658.788

Матвієнко М.В., к.е.н., доцент,
Петричук С.І., магістрант
Одеський національний морський університет

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИТОРСЬКИХ КОМПАНІЯХ

В сучасному світі транспортно-експедиторська діяльність і транспортно-експедиторські послуги є невід'ємною частиною підприємницької діяльності, транспортних перевезень, логістики, і зокрема зовнішньоекономічної діяльності. Діяльність транспортно-експедиторських компаній (ТЕК) в сучасних умовах характеризується певним рівнем невизначеності, а отже, і певним рівнем ризику.

Стратегія управління ризиком визначається в першу чергу характером і сферою діяльності. Так, сфера логістики більш рухома, більше схильна до змін, а отже, більш ризикована, ніж сфера виробництва. Для ідентифікації ризиків і управління ними необхідно створювати в ТЕК відповідні структурні підрозділи або виділяти бізнес-процеси в системі управління ризиками.

Найбільш оптимальним варіантом буде наділення відповідними функціями, повноваженнями і відповідальністю у сфері ризик-менеджменту працівників звичайних підрозділів.

Система управління ризиками – комплекс правил, документів і заходів по ідентифікації, оцінки ризиків, реагування на ризики, а також моніторингу та контролю їх рівня.

Основна мета системи ризик-менеджменту – забезпечити надійну роботу ключових напрямків діяльності компанії, підтримати її стабільний розвиток, гарантувати виконання зобов'язань перед клієнтами та іншими зацікавленими особами.

Система управління ризиками в транспортно-експедиторській компанії забезпечує:

- захист виконання стратегії компанії від негативного впливу ризиків;
- обґрунтоване прийняття фінансових і інвестиційних рішень з урахуванням інформації про ризики;
- збереження інвестованих фінансових коштів;
- зниження чутливості компанії до криз і створення резервів.

Система управління ризиками компанії встановлює єдиний порядок: ідентифікації ризиків, планування заходів по зменшенню ризиків, моніторингу ризиків та контролю виконання заходів щодо зменшення ризиків, аналізу ефективності реалізованих заходів і зробити висновки для компанії. Система управління ризиками являє собою систему управління, за допомогою якої компанія може контролювати ризики на всіх рівнях.

Система управління ризиками включає широкий спектр дій, які можуть бути представлені як послідовність наступних етапів [36]:

- усвідомлення ризику, визначення причин його виникнення та ризикових сфер;
- аналіз та оцінка ризику: мінімізація або обмеження ризиків за допомогою відповідних методів управління;
- здійснення постійного контролю за рівнем ризиків із застосуванням механізму зворотного зв'язку.

В основі запропонованої системи управління ризиками лежать наступні принципи[1]:

- інтегрований підхід до управління ризиками;
- використання рольової структури для організації процесу управління ризиками;
- призначення власника для кожного ризику;
- ідентифікація міжфункціональних ризиків;
- використання єдиних методів управління кожним ризиком;
- облік найбільш значущих ризиків в процесі розробки бюджету;
- формування реєстру ризиків і його актуалізація протягом усього періоду діяльності компанії;
- визначення допустимих рівнів ризиків і постійний контроль поточних рівнів;
- використання календарного плану для контролю виконання заходів

з управління ризиками.

Для забезпечення управління ризиками розробляється, з урахуванням особливостей компанії, нормативно-методична документація:

- політика управління ризиками;
- положення про управління ризиками;
- процедура управління ризиками;
- методичні вказівки по опису та оцінки ризиків;
- методичні вказівки з оцінки впливу ризиків на роботи календарного плану;
- методичні вказівки по формуванню індикаторів ризиків;
- довідник по процедурі управління ризиками.

Управління ризиком як система управління складається з двох підсистем: об'єкта управління та суб'єкта управління.

Об'єкт управління – це сукупність ризиків, які здійснюють вплив на діяльність господарюючих суб'єктів, економічні відношення між суб'єктами підприємницької діяльності в процесі реалізації ризику. Керуюча система (суб'єкт управління) – спеціальна група людей, яка за допомогою різних прийомів та методів здійснює цілеспрямований вплив на функціонування об'єкта (керівники, фінансовий менеджер, спеціаліст по страхуванню).

Функції ризик-менеджменту поділяють на [1, 4]:

1) функції об'єкту управління (здійснення робіт по зниженню величини ризику, процес страхування ризику, економічних відносин та зв'язків між суб'єктами виробничого процесу, ризикованих вкладень капіталу, організація процесу управління ризиком);

2) функції суб'єкта управління, в рамках яких відбувається прогнозування (перспективна оцінка змін стану об'єкта та його складових), організація (об'єднання працівників, що займаються управлінням ризиками, на основі певних правил та процедур: створення органів управління, побудова структури апарату управління, розробка норм та нормативів), координація (узгодженість роботи всіх ланок системи управління ризиком), регулювання (корегуючий вплив на об'єкт, направлений на досягнення його стійкості щодо дії факторів ризику), стимулювання (сприяння створенню зацікавленості працівників у застосуванні процедур управління ризиком) та контроль (перевірка організації роботи з регулювання рівня ризик).

Можна виділити дві групи підсистем управління ризиками: мікроризик-менеджмент і макроризик-менеджмент. Перша система – це управління на рівні робочого місця, друга – представлена інтегрованими рішеннями щодо управління ризиками на рівні всього

підприємства[3].

Функції ризик-менеджерів включають:

- розробку політики компанії в сфері управління ризиками та її подальше узгодження з керівництвом;
- координування дій з управління ризиком інших підрозділів;
- розробку методик оцінки ризику, облік, аналіз і моніторинг ризиків у процесі діяльності;
- обґрунтування методів управління ризиками;
- планування заходів та розробку процедур управління ризиками, включаючи складання планового бюджету діяльності з управління ризиками;
- оцінку ефективності заходів з управління ризиками.

Наявність спеціального відділу з управління ризиками не означає, що інші підрозділи звільняються від подібних функцій. Всі працівники сфери управління відповідно до їх повноважень і обов'язками повинні здійснювати контроль ризиків і вживати заходів до їх зниження.

Впровадження системи управління ризиками в транспортно-експедиторській компанії дозволить:

- виявити й описати ризики компанії;
- провести кількісну і якісну оцінку ризиків;
- сформувати реєстр ризиків компанії;
- вибрати способи реагування на ризики;
- детально опрацювати заходи з управління ризиками;
- організувати регулярний моніторинг виявлених ризиків і контроль виконання заходів з управління ризиками на основі календарного плану;
- сформувати регулярну звітність управління ризиками.

Карта ризиків, побудована для компанії, дозволить адекватно оцінювати рівень небезпеки кожного ризику і приймати відповідні рівню ризику управлінські рішення. Розроблена нормативно-методична документація забезпечить функціонування управління ризиками співробітниками компанії.

Список використаної літератури:

1. Котлубай О.М. Основи економіки й організації сервісної діяльності в торговельному мореплаванні/ О.М. Котлубай, В.Г. Кухарчик. - Одеса: ІПРЕЕД НАН У, 2009. – 197 с.

2. Окландер М.А. Логістична система підприємства: Монографія. Одеса: Астропринт, 2004. 312 с.

3. Щербина В.В. Теоретичні основи оцінки ризиків транспортно-логістичних компаній /В.В. Щербина, Поліщук О.В. //Розвиток методів

управління та господарювання на транспорті: Зб. наук. праць. – Вип. 4 (57). – Одеса: ОНМУ, 2016. С. 32-41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rmegt_2016_4_5

4. Экономика морского транспорта: Учебник / [Жихарева В.В., Котлубай А.М., Кибик О.Н., и др.]; под ред. В.В. Жихаревой. – Х.: «БУРУН КНИГА», 2012. – 480 с.

УДК 658.62

Мельник Т.Ю., к.е.н., старший викладач
Державний університет «Житомирська політехніка»

СУТНІСТЬ ТА ОСНОВНІ ТОВАРОЗНАВЧІ АСПЕКТИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ТОВАРІВ

На сучасному етапі формування вільного товарного ринку в Україні актуальною проблемою є вивчення властивостей товарів, встановлення їх натуральності та виявлення підробок. Це посилюється ще тим, що катастрофічне зростання останнім часом обсягів незаконної торгівлі ставить під загрозу здоров'я споживачів та їх безпеку, а також підриває економічний розвиток держави. Саме ідентифікація є важливою процедурою при оцінці якості товарів та встановленні їх відповідності еталоном або вимогам, які передбачаються в нормативній та іншій документації.

Враховуючи зазначене, постає необхідність дослідження поняття «ідентифікація» в нормативній і науковій літературі.

Відповідно до положень вітчизняного законодавства, ідентифікація – процедура підтвердження відповідності органолептичних, біологічних, фізичних та хімічних параметрів і властивостей, специфічних для даного виду харчового продукту, тим параметрам і властивостям, які зазначаються при етикетуванні цього харчового продукту, а також процедура підтвердження загальновизнаної назви даного виду продукту, торговельної марки та/або комерційного (фірмового) найменування [5].

У довіднику товарознавця надається наступне визначення: ідентифікація – це визначення відповідності показників якості харчових продуктів та продовольчої сировини показникам, установленим у нормативній та технічній документації виробника харчових продуктів чи наведеним в інформації про ці продукти, а також визначення відповідності харчових продуктів і продовольчої сировини встановленій загальній назві з метою сертифікації [2].

На думку В.І. Павлова та Л.М. Акімової товарна ідентифікація полягає у встановленні відповідності товару із застосуванням електронних засобів обміну інформацією для зазначення на продукції, упаковці, товарних чеках її виробника та країни походження, основних якісних та кількісних характеристик, що визначають його споживчі властивості, надійність, терміни зберігання, використання, екологічні компоненти та способи утилізації [4, с. 26].

Таким чином, ідентифікація – це визначення відповідності товару (або іншого об'єкта) інформації про нього, виявлення того, що товар відповідає характеристикам, які зазначені на маркуванні, у товарно-супровідних, нормативних та інших документах, і не є фальсифікованим.

Основна мета ідентифікації товарів – це захист споживача від можливості придбання неякісних товарів, захист від недобросовісного виробника або постачальника, забезпечення безпеки товарів для навколишнього середовища, здоров'я та життя споживача.

Вивчення наукової та навчально-методичної літератури дало змогу встановити, що існують наступні види ідентифікації [1; 3; 4]:

- споживча ідентифікація – проводиться з метою встановлення можливостей використання товару відповідно до його призначення та функціональних властивостей;

- асортиментна (видова) ідентифікація – це встановлення відповідності певного товару його конкретній асортиментній характеристиці, тобто сукупності видових властивостей і ознак, які визначають функціональне призначення товару та принципові розбіжності між ним і товарами інших асортиментних груп;

- якісна (кваліметрична) ідентифікація – встановлення відповідності вимогам якості, вказаним у нормативних документах;

- товарно-партіонна ідентифікація – це найбільш складний вид ідентифікації в процесі якої встановлюється належність представленої частини товару (об'єднаної проби, середнього зразка або одиничних екземплярів) до конкретної товарної партії.

Варто зазначити, що практично всі види експертизи розпочинаються з ідентифікації товарів, а саму процедуру ідентифікації починають із формулювання мети та визначення критеріїв ідентифікації конкретних товарів [1, с. 393].

Критерії ідентифікації – характеристики певного товару, що дають змогу встановити його відповідність зразку, інформації, зазначеній на маркуванні, у нормативних та товарно-супровідних документах, а також приналежності до групи однорідних товарів. Для отримання найточнішого результату товарознавці застосовують кілька критеріїв

ідентифікації, які повинні бути об'єктивними і незалежними від суб'єктивних даних дослідника, а також щоб у разі підробки фальсифікація не мала сенсу.

На наступному етапі здійснюють вибір засобів ідентифікації товарів, якими є нормативні документи, маркування, товарно-супровідні документи та інші засоби інформації. Доцільно зазначити, що для продуктів харчування важливим засобам ідентифікації є маркування, яке містить всю інформацію про товар (найменування, вид, сорт товару, хімічний склад, сировина тощо) і яку можна використати з метою ідентифікації.

До інформаційних засобів ідентифікації також відноситься штрихове кодування. В сучасних торгових стосунках кожен товар, паралельно з фізичним існуванням, має своє «віртуальне відображення» у комп'ютерних системах підприємств, у яких товар обліковується і у яких фіксується кожна операція з товаром. Носієм такого «відображення» є ідентифікаційний номер у світовій системі автоматичної ідентифікації й електронного обміну інформацією (GS1), що не може бути присвоєний будь-якому іншому товару у світі.

Наступним кроком у процедурі ідентифікації товарів є вибір показників ідентифікації товарів – якісних або кількісних характеристик товару, що підтверджують відповідність за певним критерієм. Для ідентифікації товарів використовуються критерії, які ґрунтуються на органолептичних, фізико-хімічних та мікробіологічних показниках. Органолептичні показники якості визначаються за допомогою органів чуття: форма, колір, стан поверхні, смак, запах, консистенція тощо. За фізико-хімічними показниками визначають питому вагу, щільність, температуру топлення, масову частку води, цукру, кухонної солі, жиру тощо. За мікробіологічними – вміст сальмонел, бактерій кишкової палички тощо.

Далі здійснюють вибір методів ідентифікації товарів. Основними методами ідентифікації товарів є: аналітичні або аналіз документів (методи визначення відповідності товару вимогам нормативної, технічної та товарно-супровідної документації за визначеними показниками); експертні (методи товарознавчої експертизи, які здійснюються на основі рішення, прийнятого експертами, та ґрунтуються на визначенні показників за встановленими критеріями групою експертів); експрес-методи (прискорені методи, які дають інформацію про показники якості товару в коротший термін, аніж за звичайних методів); органолептичні (методи визначення значень показників відповідності товару за встановленими критеріями на основі аналізу сприйняття органів чуттів людини); вимірювальні або фізико-

хімічні (методи, які використовуються для встановлення дійсних значень властивостей товарів за визначеними показниками) [1, с. 394].

Саме ідентифікація є інструментом визначення фальсифікації. Завдяки ідентифікації товарів щодо їх асортиментної приналежності та походження, а також кількісним вимірюванням усієї товарної партії (переважуванням, перерахунком тощо) можна виявити фальсифіковані маркування й упаковку, а також різноманітні документи, насамперед накладні та сертифікати.

В той же час, на сьогодні існує ряд проблем, пов'язаних з ідентифікацією товарів. На нашу думку, основними проблемами є:

- недостатність науково-методичних досліджень і розробок щодо основ ідентифікації товарів та удосконалення засобів і методів її проведення;
- відсутність стандартних методик по визначенню показників властивостей продукції, в яких би застосовувались сучасні експрес-методи та відповідне обладнання;
- високий рівень цін на обладнання, яке дозволяє проводити швидко та економічно дослідження показників властивостей продукції;
- відсутність на місцях незалежних акредитованих експертів по окремим товарним групам;
- висока технічна та технологічна оснащеність виробників фальсифікованої продукції.

Отже, вирішення зазначених проблем дозволить підвищити ефективність проведення процедури ідентифікації товарів. В свою чергу, правильно проведена ідентифікація товарів дасть змогу виявити та ліквідувати неякісну та невідповідну продукцію на шляху до споживача. Вона дозволяє підвищити якість товарної продукції, ідентифікувати її споживачами щодо країни походження та фірми-виробника, забезпечити прозорість транскордонного переміщення, прискорити процес купівлі-продажу товарів та сприяє підвищенню екологічної й економічної безпеки споживачів та соціально-економічному розвитку країни.

Література:

1. Данько Т.І. Ідентифікація товарів: сутність та основні товарознавчі аспекти // Т.І. Данько, Н.П. Яворська / Економіка і суспільство. – 2017. – №9. – С. 391-395.

2. Довідник товарознавця. Продовольчі товари: навч. посіб. / С.В. Князь, А.Г. Загородній, М.В. Римар [та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф. С.В. Князя. – Львів: Львівська політехніка, 2016. – 340 с.

3. Дубініна А.А. Методи визначення фальсифікації товарів:

підручник / А.А. Дубініна, І.Ф. Овчиннікова, С.О. Дубініна та ін. – К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2010. – 272 с.

4. Павлов В.І. Формування системи ідентифікації товарів в Україні: монографія / В.І. Павлов, Л.А. Акімова. – Рівне: НУВГП, 2013. – 178 с.

5. Про внесення змін до Закону України «Про якість та безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини» [Електронний ресурс]: Закон України від 06.09.2005 р. № 2809-IV. – Режим доступу: zakon.rada.gov.ua.

УДК 631.158:658.310.13

Ментей О.С., к.е.н., доцент кафедри статистики і економічного аналізу
ХНАУ ім. В.В. Докучаєва

ПРОБЛЕМИ МОТИВАЦІЇ ЗАЙНЯТОСТІ В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

В аграрному секторі України в нинішніх умовах функціонують різні форми господарювання – починаючи від великих агрохолдингів, що мають великі земельні площі та краще матеріально-технічне забезпечення, закінчуючи малими фермерськими господарствами, які в сучасних умовах є необхідною умовою створення підприємницького класу на селі. При цьому ефективність їх функціонування визначається в основному ефективністю використання наявних ресурсів, зокрема трудових, які функціонують на основі мотиваційної зацікавленості.

Під мотивом трудової діяльності слід розуміти спонукання до праці. Проте в сучасній економічній літературі трудова мотивація визначається неоднозначно, зокрема, виділяють мотивацію праці та мотивацію до праці. Мотивація до праці є мотивацією зайнятості.

Згідно з Законом України «Про зайнятість населення», зайнятість – незаборонена законодавством діяльність осіб, пов'язана із задоволенням їх особистих та суспільних потреб з метою одержання доходу (заробітної плати) у грошовій або іншій формі, а також діяльність членів однієї сім'ї, які здійснюють господарську діяльність або працюють у суб'єктів господарювання, заснованих на їх власності, у тому числі безоплатно.

Кожен має право на вільно обрану зайнятість. Примушування до праці у будь-якій формі забороняється. Добровільна незайнятість особи не може бути підставою для притягнення її до відповідальності [1].

Зайнятість населення забезпечується шляхом встановлення

відносин, що регламентуються трудовими договорами (контрактами), провадження підприємницької та інших видів діяльності, незаборонених законом. Отже, мотивація зайнятості – це процес свідомого вибору людиною роду занять і місця роботи на ринку праці, а також тих інституційних структур, які опосередковують і регулюють її діяльність.

Мотивація зайнятості в сільському господарстві зумовлена значною мірою особливостями сільськогосподарського виробництва. Ними є, в першу чергу, сезонність виробництва, яка характеризується річною циклічністю виробництва в рослинництві, роботою з живими організмами в галузі тваринництва, певними особливостями інфраструктури сільського господарства. По-друге, обираючи сільське господарство як місце своєї діяльності, людина фактично обирає для себе певний спосіб життя – сільський, який за соціальними благами менш привабливий порівняно з міським. Даний фактор найбільш болючий для молоді, яка вирішує проблему вибору своєї сфери діяльності [2, с. 76].

Дослідження мотивів зайнятості робітників сільськогосподарських підприємств, населення, зайнятого в особистих селянських господарствах, та молоді, показало, що на першому місці завжди залишається розмір заробітної плати. Проте система обліку праці і нарахування заробітної плати в сільськогосподарських підприємствах містить багато недоліків. так, у деяких господарствах не створено умови економічно самостійної діяльності первинних трудових колективів і конкретних робітників, невідпрацьований механізм прав та обов'язків, матеріальної і моральної відповідальності за кінцеві результати праці.

Оплата праці робітників рослинництва нараховується переважно за обсяг виконаних робіт відповідно до діючих у господарстві норм виробітку і тарифних ставок. При виконанні найбільш важливих і термінових робіт працівники отримують додаткову оплату. Проте преміювання за збільшення обсягу виробленої продукції та економію грошово-матеріальних цінностей не здійснюється, програми заохочення для підрозділів практично не розробляються [3, с. 347].

Отже, в умовах сьогодення українське село характеризується послабленням трудової мотивації працівників, деформацією трудових цінностей, зниженням трудової дисципліни, незацікавленістю працівників у підвищенні професійного рівня, наростанням трудової апатії і, як наслідок, відтоком трудових ресурсів. За таких умов значення набуває пошук факторів, які б сприяли збільшенню чисельності зайнятого в аграрній сфері населення та спонукали тих, хто вже працює, продовжувати працювати на підприємстві.

Список літератури:

1. Закон України «Про зайнятість населення» https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5067-17.

2. Ментей О.С. Особливості стимулювання праці в сільському господарстві // Матеріали підсумкової наукової конференції професорсько-викладацького складу, аспірантів і здобувачів, 24-25 травня 2017 р. / Харк. нац. аграр. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Харків: ХНАУ, 2017. – Ч.1. – С. 76-77.

3. Яровая В.В., Горкавый В.К., Ментей О.С. Развитие персонала как направление социально ответственного аграрного бизнеса Украины // Современные проблемы регионального развития: Собрание статей. Т.1. – Академичное издание Аграрного университета Пловдив, Болгария, 2014. – С. 344-348.

УДК 330.322.16

Ментей О.С., к.е.н., доцент
кафедри статистики і економічного аналізу
Якуніна А.А., студент
ХНАУ ім. В.В. Докучаєва

СКЛАДОВІ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Основною умовою організації аналізу фінансових інвестицій є визначення відповідності інвестиційної політики стратегічним цілям підприємства, що виражається у підвищенні ефективності господарської діяльності кожного підприємства. Оцінка ефективності фінансових інвестицій – основний елемент інвестиційного аналізу.

Аналіз фінансових інвестицій - один із методів фінансового менеджменту для ухвалення рішення про використання інвестиційних коштів.

Фінансові інвестиції — це вкладення коштів у різноманітні фінансові інструменти, такі як цінні папери, депозити, цільові банківські вклади, паї, частки, вкладення в статутні фонди інших підприємств[1].

Метою аналізу фінансових інвестицій є обґрунтування інвестиційного рішення, яке має прийняти інвестор.

У процесі аналізу фінансових інвестицій вирішуються наступні завдання:

- виявлення економічної доцільності фінансової інвестиції - абсолютного перевищення результатів над вкладеними ресурсами;

- оцінка фінансових ризиків інвестування;
- пошук найбільш ефективної фінансової інвестиції серед альтернативних;
- формування найбільш ефективного портфеля фінансових інвестицій.

Сформувалися два основні напрями аналізу фінансових інвестицій.

1) Технічний аналіз, головним об'єктом спостереження якого є зміна руху ринку цінних паперів, попиту та пропозиції на певні фінансові активи без урахування ролі фундаментальних чинників. На основі побудови спеціальних моделей руху ринкових цін виявляють загальні тенденції ринку, на підставі яких приймають конкретні тактичні інвестиційні рішення щодо купівлі та продажу цінних паперів.

2) Фундаментальний аналіз, який ґрунтується на оцінці стану емітента на ринку, показників обсягів продажу, активів і пасивів, дохідності та іншої інформації, яка характеризує ефективність діяльності емітента. Важливою складовою аналізу є також оцінка стану корпоративного управління. Результатом фундаментального аналізу є визначення фактичної (ринкової ціни) цінного папера порівняно з обліковою вартістю активів. За допомогою фундаментального аналізу здійснюють прогнозування доходу, який визначає майбутню вартість акцій і впливатиме на ринкову ціну. Дані прогнозу є підґрунтям для рекомендацій стосовно купівлі та продажу ринкових інструментів[2].

Для зовнішніх щодо підприємства суб’єктів завдання аналізу полягає в оцінці інвестиційної привабливості цього підприємства. У такому разі об’єктом аналізу є насамперед реальні інвестиції, що дає можливість зробити прогнози щодо майбутньої діяльності підприємства. У процесі аналізу підприємства як об’єкта інвестування потенційних акціонерів (інвесторів) поряд з прибутковістю та рентабельністю інтересують і такі показники, як обсяги та ефективність капітальних вкладень, здійснюваних на підприємстві. Аналіз динаміки реальних інвестицій з урахуванням темпів інфляції дає змогу зробити висновки щодо інвестиційної активності підприємства. Аналіз структури інвестицій уможливлює оцінювання перспективності напрямів їх вкладення. Об’єктами такого аналізу можуть бути: виробнича (галузева) структура капітальних вкладень підприємства, яка характеризує перспективи його майбутньої галузевої диверсифікації; технологічна структура капітальних вкладень — співвідношення витрат на будівельно-монтажні роботи (пасивна частина капітальних вкладень) і на придбання обладнання, машин, інструментів (активна частина); відтворювальна структура капітальних вкладень: співвідношення між вкладеннями в нове будівництво; у розширення діючих потужностей; у

технічне переозброєння та реконструкцію. Аналіз цих аспектів діяльності підприємства уможливлює оцінювання перспектив його розвитку та стабільності.

Для внутрішніх суб'єктів аналізу найважливішим завданням є обґрунтування та вибір найефективнішого напряму інвестування коштів. На початковому етапі аналізується доцільність вкладення коштів у реальні та фінансові інвестиції. Залежно від результатів аналізу вибирають один із напрямів проведення інвестиційних операцій або визначають оптимальне їх поєднання. Методика аналізу дохідності та ризику інвестиційних операцій залежить від специфіки об'єктів дослідження, тобто від того, виробничі це проекти, чи фінансові інструменти. Як правило, кожне завдання можна розв'язати кількома методами. Тому в процесі аналізу постає завдання вибору оптимального проекту з-поміж кількох можливих варіантів капітальних вкладень або вибору таких цінних паперів, які б найточніше відповідали потребам підприємства[1]

Етапи аналітичних робіт з оцінки інвестиційної привабливості підприємства (ІПП):

1)визначення ступеня інвестиційної привабливості суб'єкта господарювання;

2) розподіл підприємств, що беруть участь у порівняльній оцінці інвестиційної привабливості, за ступенем їхньої інвестиційної привабливості, визначення класу інвестиційної привабливості та побудова рейтингу;

3) оцінка впливу на діяльність підприємства зовнішнього середовища і оцінка ступеня віддачі підприємства у зовнішнє середовище;

4)прогнозування інвестиційної привабливості підприємства. Орієнтуючись на мету і завдання оцінки інвестиційної привабливості підприємств, можна виділити такі завдання оцінки:

1)збирання інформації, необхідної для проведення оцінки інвестиційної привабливості;

2) оцінка фінансового стану об'єкта дослідження та визначення класу інвестиційної привабливості;

3) розрахунок узагальнюючого (рейтингового) показника оцінки інвестиційної привабливості підприємства;

4)експрес-оцінка інвестиційної привабливості сукупності підприємств;

5)розподіл об'єктів дослідження за ступенем інвестиційної привабливості (формування рейтингу інвестиційної привабливості підприємства);

6) оцінка впливу на діяльність підприємства зовнішнього середовища і оцінка віддачі підприємства у зовнішнє середовище;

7) прогнозування інвестиційної привабливості підприємства;

8) складання акту-звіту за результатами проведеної оцінки інвестиційної привабливості.

Проблемним моментом при оцінці інвестиційної привабливості господарюючого суб'єкта є побудова послідовного набору даних і вибір системи показників, які могли б найбільш ефективно використовуватися для аналізу фінансово-майнового стану підприємства. Проте, аналіз фінансової звітності, до якої відносять, у першу чергу, баланс і звіт про фінансові результати, дозволяє визначити певну незбалансованість щодо руху коштів підприємства, позитивні й негативні тенденції. Слід зазначити, що такий аналіз не дає підстави для категоричних висновків й може тільки зорієнтувати користувача інформації в оцінці фінансово-майнового стану підприємства й у визначенні його вузьких місць.

Виділяють наступні напрямки аналізу фінансового стану підприємства, **використовувані при оцінці інвестиційної привабливості:**

1. Аналіз майнового стану об’єкта інвестування;
2. Аналіз фінансової стійкості об’єкта інвестування;
3. Аналіз ліквідності активів;
4. Аналіз прибутковості об’єкта інвестування;
5. Оцінка ділової активності;
6. Показники оцінки ринкової оцінки об’єкта інвестування[3].

Отже, існує шість основних напрямів аналізу фінансового стану підприємства, які можна використовувати під час проведення оцінки інвестиційної привабливості підприємств. Ці напрями стосуються безпосередньо аналітичних процедур і не зачіпають таких важливих напрямів, як загальна характеристика підприємства й кінцевий (результативний) етапи. Мета аналізу – ретельне вивчення фінансово-господарського стану емітента, прогнозування його становища в контексті ймовірних змін зовнішнього середовища, прогнозування доходів емітента та пов’язаних із ними дивідендів і балансової вартості акцій. На основі цих даних роблять висновок про доцільність вкладень у той чи інший вид фінансових інвестицій.

Список літератури:

1. Аналіз інвестиційної діяльності підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://studopedia.com.ua/

2. Методика аналізу фінансових інвестицій підприємства

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://pidruchniki.com

3. Організація і методика економічного аналізу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://westudents.com.ua

УДК 332.83 (476)

Микитюк П. В., студент
Колодич К. М., студент
Филиппова Т.В., м.э.н., ассистент
кафедры менеджмента
Брестский государственный
технический университет

МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТРОИТЕЛЬСТВА РБ

Материально-техническое обеспечение строительства представляет собой организованный процесс комплектных поставок всех видов материально-технических ресурсов в строгом соответствии с технологической последовательностью производства строительно-монтажных работ.

Система МТО строительства в условиях рынка ориентирована на сеть предприятий промышленности и стройиндустрии, транспортных и энергетических организаций, научно-исследовательских, проектных, учебных и других учреждений, хозяйств. Она направлена на обеспечение строительства необходимыми материально-техническими ресурсами.

В Республике Беларусь задачи и функции материально-технического обеспечения выполняет министерство архитектуры и строительства РБ.

Министерство разрабатывает и реализует государственную техническую политику в области строительства, архитектуры, градостроительства, промышленности строительных материалов, инвестиционной деятельности в строительстве.

Министерство обладает правом законодательной инициативы, разрабатывает проекты законодательных актов, а также заключает международные соглашения и договоры по роду своей деятельности.

Оценивая в целом ситуацию на товарном рынке строительных материалов, можно констатировать, что предприятия работают в условиях, характеризующихся достаточной свободой

предпринимательской деятельности, которая зафиксирована законодательно: они обладают необходимой хозяйственной самостоятельностью но отношению к управленческим и властным государственным структурам, имеют доступ практически ко всем ресурсам, свободны в выборе контрагентов при совершении торгово-закупочных и хозяйственных операций, самостоятельно распоряжаются получаемым доходом, выбирают направления развития своей деятельности, руководствуясь целями получения максимальной прибыли.

Цели МТО строительных предприятий:

- своевременное обеспечение строительного производства необходимыми видами ресурсов требуемого качества и количества;
- улучшение использования ресурсов: повышение производительности труда, фондоотдачи, обеспечение ритмичности строительных процессов, сокращение оборачиваемости оборотных средств, повышение эффективности инвестиций и другие показатели;
- анализ организационно-технического уровня строительного производства и качества строительно-монтажных работ, услуг, позволяющий разработать предложения по повышению конкурентоспособности выпускаемой продукции, работ, услуг.

Для достижения перечисленных целей на строительном предприятии необходимо постоянно выполнять следующие работы:

1) проведение маркетинговых исследований рынка поставщиков строительных материалов, конструкций, изделий, полуфабрикатов и др. Выбор поставщиков рекомендуется осуществлять исходя из следующих требований: наличие у поставщиков лицензии и достаточного опыта работы в данной области, высокий организационно-технический уровень производства, надежность и прибыльность работы, обеспечение конкурентоспособности выпускаемых строительных материалов и др.

2) нормирование потребности в конкретных материально-технических ресурсах;

3) разработка организационно-технических мероприятий по снижению норм и нормативов расхода материально-технических ресурсов;

4) поиск каналов и форм материально-технического обеспечения строительного производства;

5) разработка материальных балансов;

6) планирование МТО строительного производства;

7) организация обеспечения строительными материалами, конструкциями, изделиями, полуфабрикатами и другими материалами

рабочих мест;

8) учет и контроль использования материально-технических ресурсов;

9) организация сбора и переработки отходов строительного производства;

10) анализ эффективности использования материально-технических ресурсов;

11) стимулирование работы по улучшению использования материально-технических ресурсов.

В зависимости от этих функций определены соответствующие службы МТО строительного производства:

- служба материально-технического снабжения, которая должна своевременно обеспечивать и регулировать поставки для производственного процесса сырья, полуфабрикатов, комплектующих деталей. Кроме того, органы снабжения и сбыта обеспечивают выполнение услуг в объеме, номенклатуре и в сроки, установленные хозяйственными договорами;
- служба складирования и хранения материалов, топлива, сырья и готовой продукции, которые обеспечиваются складским хозяйством,

являющимся производственно-технической базой системы снабжения и сбыта;

- производственно-технологическая служба комплектации готовой продукции. Она особенно важна, так как возведение зданий и сооружений требует поставки комплекта сборных элементов строго по календарным графикам. Поэтому служба производственно-технологической комплектации обеспечивает подбор изделий и конструкций строго в определенном количестве и номенклатуре, в заданные сроки по суточным и часовым графикам, согласованным со строительными организациями;
- служба инструментального хозяйства и технологической оснастки. Она должна обеспечивать производство инструментом, приспособлениями, технологической оснасткой, формами высокого качества при минимальных издержках на их производство.
- служба ремонтно-механических производств, которая должна обеспечивать рабочее состояние большого и сложного парка оборудования, машин путем их ремонта и модернизации. Четкая работа этой службы в большой степени определяет результаты работы строительного предприятия;
- служба транспортных процессов, которая обеспечивает перемещение внутри строительной площадки и вне ее огромных масс фузов, необходимых для нормального функционирования

производственного процесса. Особенно точной и ритмичной работы требует технологический транспорт, связывающий отдельные процессы в единую производственную систему.

Организация обслуживания строительного производства включает: МТО, энергетическое, ремонтное, транспортное и складское хозяйства, контроль качества. К основным задачам этого процесса следует отнести:

- определение данного строительного производства в системе обеспечения материально-техническим и ресурсами и системе менеджмента качества;
- определение целей деятельности рассматриваемого строительного производства;
- формирование заданий и работ по выполнению целей;
- разработку структуры службы обеспечения материально-техническими ресурсами и определение ее функций;
- определение факторов и показателей деятельности создаваемой службы;
- реализация стратегических тактических и оперативных планов работы службы обеспечения материально-техническими ресурсами, применяя прогрессивные подходы менеджмента;
- обеспечение контроля и мотивации выполнения планов;
- анализ эффективности работы этой службы.

В современных условиях в строительстве распространены следующие формы (методы) обеспечения ресурсами: через товарно-сырьевые биржи; прямые связи; аукционы, конкурсы; спонсорство; собственное производство и др. Конкретную форму (метод) обеспечения материально-техническими ресурсами строительное предприятие выбирает исходя из их особенностей, продолжительности их получения, количества предложений, а также качества, цены и других факторов.

Таким образом, МТО является формой распределения средств производства на основе организационных связей и договоров между поставщиками и потребителями напрямую или через посредника. Оно в значительной мере предопределяет результативность строительного производства, оказывая непосредственное воздействие на использование производственных фондов, ритмичность производства СМР, себестоимость, производительность труда, продолжительность строительства и другие показатели.

Используемая литература

1. Аналитическое обозрение «Функции материально-технического обеспечения Республики Беларусь» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL http://minsk-city.belstat.gov.by/— Дата доступа: 28.10.2019.

2. Министерство архитектуры и строительства Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: http://www.mas.gov.by/ – Дата доступа: 28.10.2019.

УДК 631

Мовчан Д.Р., магістрант, гр. ПВМ-3, ФБСО
Науковий керівник: Виговський В.Г., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЙ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

У сучасних умовах господарювання, які наразі склалися в Україні, багато туристичних підприємств опинилися в досить скрутному фінансовому становищі. Дана ситуація обумовила реальну необхідність негайного впровадження дієвих заходів стабілізації їх фінансового стану та прийняття ефективних управлінських рішень.

Під поняттям «фінансовий стан підприємства» визначається інтегрована характеристика діяльності підприємства, яка визначає рівень забезпеченості коштами та фінансовими ресурсами, необхідний для підтримання життєдіяльності й здійснення розрахунків за зобов'язаннями підприємства та дає оцінку ефективності їх використання [1].

Успішне фінансове управління, спрямоване на виживання підприємства в умовах конкурентної боротьби, запобігання банкрутства і великих фінансових невдач, лідерства в боротьбі з конкурентами, прийнятні темпи зростання економічного потенціалу фірми, зростання обсягів виробництва та реалізації, максимізація прибутку, мінімізація витрат, забезпечення рентабельної роботи фірми - і є мета фінансового менеджменту фінансової діагностики [2].

Маркетингова стратегія – це логічна схема маркетингових заходів, за допомогою якої компанія сподівається виконати свої маркетингові завдання забезпечив тим самим конкурентне становище на ринку на стійке фінансове становище [3].

У туристичному бізнесі, як і в будь-якому іншому виді діяльності,

для успішного управління фінансовим станом необхідно вивчення проблем попиту і пропозиції на ринках, тобто проведення маркетингових досліджень на основі яких необхідно розробляти фінансову стратегію розвитку, яка обов'язково повинна базуватися на маркетингових стратегіях.

Потужний розвиток світового туризму за останні 2-3 десятиліття призвів до жорсткої конкуренції за ринки збуту турпродукту. У боротьбі за клієнта (гостя, туриста) в останнє десятиліття стала перемагати маркетингова стратегія конкурентної боротьби. У цьому сенсі функція маркетингу розглядається не лише як одна із сторін підприємницької діяльності, але і як координуюча структура (концепція) всіх аспектів туристичного бізнесу, тобто роль маркетингу полягає не тільки в задоволенні попиту і в організації торгівлі, а й у забезпеченні стійкого фінансового стану.

Необхідним є дослідження структури потреб туристів, що лежить в основі формування туристичної програми, яка показує, що організація турів на відпочинок повинна враховувати такі чинники, як місце відпочинку, престиж або, навпаки, економію коштів, а також вік туристів: при організації ділових поїздок і шоп-турів особливе значення має місцеположення країни туризму, а для турпоїздок з метою навчання до останнього додається і аналіз вікової структури туристів.

На підставі цих даних складається повне уявлення про структуру ринку і розробляється програма туру. У діяльності туристичних фірм, особливо на етапі їх виходу на ринок, велике значення має рекламна компанія. Туристична реклама спрямована на турагентів або потенційних клієнтів.

Великий вплив на поширення інформації про пропоновані тури мають - листівки, брошури і пр. Підприємство забезпечує даними брошурами всіх клієнтів, інформація, в якій в залежності від того місця, куди прямує турист. Зазвичай кожен двозірковий і більш високого класу готель випускає свої власні брошури, наявність яких необхідна, перш за все, у курортних зонах, центрах спортивних заходів, архітектурних і культурних центрах. Також ще одним ефективним маркетинговим «ходом» є наявність фото та відео матеріал про готелі, визначні пам'ятки країн, в яких фірма надає свої послуги.

Також підприємство надає клієнтам як ознайомлення і, звичайно ж "заманювання", фото та відео матеріали курортних зон, з найбільш цікавими і мальовничими місцями (культурні центри, історичні пам'ятники, природні краси). У даному випадку основною метою, є створення іміджу того або іншого регіону. Для цього використовується набір продуманих кадрів, які освітлюють даний регіон з певних позицій

і відрізняють його від будь-якого іншого. Клієнт при виборі напрямку дуже часто вдається до думки людей, які вже бували в даній країні, до відгуків. Внаслідок цього до турфірм є альбом з фотографіями відпочиваючих і, звичайно ж, книга відгуків. Рекламою різних туристичних зон і туристичних програм займаються, насамперед, туроператори: користуючись інформованістю потенційного споживача, публікують невеликі оголошення в друкарських чорно-білих виданнях, що стосуються запропонованих послуг і рівня тарифів, причому для майбутніх клієнтів основним аргументом є більш низькі ціни.

Таким чином, аналіз маркетингової стратегії як інструмента забезпечення стійкого фінансового стану підприємства туристичної галузі показав: рекламні заходи повинні плануватися більш продумано та обґрунтовано, обов'язковим повинен бути контроль ефективної рекламної діяльності, необхідним є проведення аналізу рекламної діяльності конкурентів. Але на міжнародному рівні необхідна не проста маркетингова стратегія розвитку, а передусім маркетингова стратегія завоювання міжнародних ринків, обов'язковим тут є участь у міжнародних ярмарках і виставках, які дають можливість привернути увагу не до одного конкретного продукту, а до фірми в цілому. Весь перерахований спектр заходів буде позитивно впливати на стабілізацію фінансового стану підприємства.

Список літератури:

1. Теленкова Д.Г. Діагностика фінансового стану підприємства (на прикладі ТОВ «Гермес-1 Україна»») / Д.Г. Теленкова, В.І. Матвійчук. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://jvestnik-sss.donnu.edu.ua/article/view/2242/2276

2. Лабута О.Г. Управління фінансовим станом підприємства в сучасних умовах/ О.Г. Лабута. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ela.nati.org.ua:8080/bitstream/123456789/556/1/o.labuta%20keruv_finans.pdf

3. Подольна В.В. Сутність та особливості класифікації маркетингових стратегій розвитку підприємств/ В.В. Подольна. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://knutd.edu.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/Podolnaya_1.pdf

УДК 330.101.54

Муха И.Г., студентка
Научный руководитель: Филиппова Т.В.,
м.э.н., ассистент кафедры менеджмента
Брестский государственный технический университет,

РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Весомый вклад в динамику и эффективность национальной экономики вносит розничная торговля. Законодательство Республики Беларусь о торговле основывается на Конституции Республики Беларусь и состоит из настоящего Закона, нормативных правовых актов Президента Республики Беларусь, Гражданского кодекса Республики Беларусь, Закона Республики Беларусь от 9 января 2002 года «О защите прав потребителей» (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь, 2002 г., № 10, 2/839) и других актов законодательства[4]. Основная ее цель сводится к ее стабильному обеспечению спроса различных категорий населения высококачественными товарами широкого ассортимента. Именно розничная торговля завершает процесс товарного обращения, так как с ее помощью товары, произведенные в других отраслях экономики, доводятся до потребителя. Управление торговлей осуществляет Министерство антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь. Оно проводит государственную политику в сфере торговли, осуществляет контроль за исполнением законодательства, ведет реестр торговых организаций.

Развитие розничной торговля анализируется с использованием ряда показателей. Важнейшие из них представлены в таблице 1.[1]

Таблица 1

Показатели, отражающие развитие розничной торговли в Республике Беларусь

Показатели на конец года	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**
Количество объектов, ед	49228	53628	54087	59145	62333	64365
Торговая площадь магазинов, $м^2$	4 504,2	5 004,8	5 236,4	5 352,6	5 525,5	5 782,6

Приведенные данные свидетельствуют, что в настоящее время

торговля – это одна из динамично развивающихся отраслей экономики. На положительную динамику количественных показателей значимо повлияли новые торговые форматы (супер- и гипермаркеты, торговые центры и др), изменившие структуру торговой сети, технологию ведения торговой деятельности, представление потребителей о культуре торговли. К их конъектурным преимуществам следует отнести: большие объемы продаж и высокую скорость оборота средств, широкий ассортимент товаров и новые технологии обслуживания, высокую покупательскую емкость сети, более низкие торговые затраты, а соответственно, и цены, относительно высокий уровень инвестиций.

Как видно из таблицы 2, в двадцатку наиболее крупных операторов розничной торговли в Беларуси входят десять продовольственных и десять промышленных торговых сетей. Наиболее значимые из них – Евроопт, Корона, Рублевский , Остров чистоты, Пятый элемент, Электросила[2].

Таблица 2

Топ-20 торговых сетей Беларуси

Продовольственные	**Промышленные**
Евроопт	Простор
Корона	Пинскдрев
Алми	Остров чистоты
Рублевский	Буслік
Доброном	Пятый элемент
Гиппо	Мила
БелМаркет	ОМА
Соседи	KARI
Mart INN	Новесёлкин и Mile
Простор	Электросила

Особая роль в современных условиях отводится интернет-торговле, которая динамично развивается во всем мире. В связи с поступающими запросами и в соответствии с правом, предоставленным пунктом 4 постановления Совета Министров Республики Беларусь от 15 января 2009 г. N 31 «Об утверждении Правил осуществления розничной торговли по образцам», Министерство торговли разъясняет вопросы, связанные с использованием глобальной компьютерной сети Интернет для осуществления розничной торговли[4]. Все большее количество людей совершают покупки определенных групп товаров через Интернет. Популярность таких покупок обусловлена доступностью Интернета из-за роста использования смартфонов, планшетов и компьютеров, что удобно и экономит время, а также доступно большее число товаров. Уровень развития розничной торговой сети, темпы роста

товарооборота, ускорение товарооборачиваемости зависят от покупательских способностей населения Республики Беларусь. В таблице 3 приведен анализ статистических данных

Таблица-3

Динамика макроэкономических показателей в Республике Беларусь за январь 2016 – 2018гг

год	**Динамика розничного товарооборота, %**	**Номинальная заработная плата, руб**	**Темпы роста номинальной заработной платы, %**	**Реальная заработная плата, %**	**Индекс потребительских цен, %**
2016	96,3	655,2	108,5	97,4	101,86
2017	103,2	720,7	109,3	99,8	100,9
2018	109,1	859,0	118,9	113,8	100,7

Анализ приведенных статистических данных из таблицы 3 свидетельствует о значительном повышении темпов роста розничного товарооборота. На формирование розничного товарооборота оказывают влияние следующие макроэкономические показатели: динамика номинальных и реальных доходов населения, их темпы роста, уровень инфляции, выраженный индексом потребительских цен.

Особое значение при формирование розничного товарооборота в республике имеет его структура в части отношения товаров отечественного и импортного производства. Спросу на товары отечественного производства отводится роль «движущего локомотива» в перспективном развитии экономики. Актуальность данной проблемы усиливается в свете негативных тенденций в части формирования сальдо платежного баланса национальной экономики. В таблице 4 представлена доля товаров отечественного производства в розничном товарообороте. Из таблицы мы видим падение доли белорусских товаров в розничном товарообороте[1]. Отрицательно на позициях белорусских производителей потребительских товаров сказывается усиление конкуренции в рамках Таможенного союза в связи со вступлением России в ВТО[3].

Из таблицы 5 мы видим, по городу Минск на 2018 год приходится наибольшее количество розничных торговых объектов. Наименьшее количество приходится на Гродненскую область[1].

Таблица-4

Доля товаров отечественного производства в розничном товарообороте

Год	Всего, %	В том числе	
		Продовольственные товары, %	Непродовольственные товары, %
1	2	3	4
2013	64,3	80,9	47,6
2014	62,6	80,1	45,5
2015	61,8	79,1	44,6
2016	59,1	79,1	37,9
2017	58,4	79,0	37,2
2018	57,2	78,4	36,8

Таблица 5

Розничные торговые объекты по областям и г. Минску,ед

Области и г.Минск	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	2	3	4	5	6	7
Брестская	8 833	9 136	8 959	9 753	10 006	10 362
Витебская	7 071	7 378	7 049	7 351	7 572	7 891
Гомельская	7 240	7 959	8 108	8 462	8 666	9 053
Гродненская	6 143	6 596	6 992	7 255	7 398	7 579
г.Минск	6 206	7 880	7 584	9 824	11 011	11 310
Минская	7 315	7 725	8 448	9 553	10 214	10 404
Могилевская	6 420	6 954	6 947	6 947	7 466	7 766

Таким образом, экономическое значение розничной торговой сети состоит в ускорении движения и реализации товара. От ее функционирования зависит в значительной мере развитие производительных сил и благосостояния населения. Для положительной динамики розничного товарооборота, возможно, потребует вмешательства государства, которое будет использовать инструменты бюджетно-налоговой, монетарной и социальной политики.

Список используемых источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by.

2. Топ-20 торговых сетей Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://news.tut.by.

3. ОБ ИТОГАХ РАБОТЫ ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://economics.basnet.by.

4. Кодексы, законы и законодательные документы Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://belzakon.net/Законодательство .

УДК:336.26.87.

Мухитдинов Ш.Х., ассистент
Каршинский филиал Ташкентского университета информационных технологий

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНКА ТРУДА В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ И ЕГО ОСОБАЯ РОЛЬ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА УЗБЕКИСТАНА

В широком понимании рынок труда есть система общественных и социальных отношений, в том числе юридических норм и институтов, обеспечивающих нормальное воспроизводство и эффективное использование труда, количество и качество которого соответственно вознаграждаются. В узком смысле рынок труда можно определить как систему отношений, формирующихся между работодателями - собственниками средств производства и наемными работниками - собственниками рабочей силы по поводу удовлетворения спроса первых на труд и потребностей в рабочей силе, а вторых - в работе по найму как источнике средств существования.

Механизм регулирования рынка труда охватывает весь спектр экономических, юридических, социальных и психологических факторов, определяющих функционирование данного рынка. Все указанные факторы находятся в разных странах в различном состоянии в зависимости от экономических и исторических условий развития рыночной экономики. Эти различия при наличии общих элементов (компонентов) привели к формированию разных моделей рынка труда.

Переход к модели социального рыночного хозяйства явился, несомненно, благоприятным фактором изменения положения в производстве многих миллионов граждан, в том числе и трудящихся.»[6] Авторы не исключают и индивидуальных прорывов. «Но тот факт, что эти прорывы - счастливые исключения, а не правило, только подтверждает крепость классовой структуры капиталистического типа и прочность разделенности на классы и социальные группы,

[6] Экономика труда. Социально-трудовые отношения. М.:«Экзамен», 2002, с.242.

устойчивость разнокачественности их положения. Прорваться могут одиночки, но не масса, в этом суть.»[7]

Если рассматривать модель социального рыночного хозяйства в качестве частного случая развития экономической теории, а теорию конвергенции как закономерность общественного развития, то можно сделать очередной шаг на пути к более совершенному обществу.

Для экономической системы источником выступают затраты на воспроизводство рабочей силы, в границах стоимости рабочей силы и той её части, которая определяется ценой рабочей силы или её оплатой.

Для социальной системы - это затраты государства и общества на воспроизводство совокупных способностей личности, условий их развития и реализации.

Первый источник обусловлен темпами и масштабами развития национальной экономики, её качеством, конкурентоспособностью и эффективностью. Он реализуется через механизм рынка труда, где, по-существу, определяется стоимость рабочей силы, её цена.

Второй источник обусловлен государственной социальной политикой, ресурсы которой нацелены на создание необходимых условий, формирующих развитую личность и дополняющую затраты на воспроизводство способностей к труду.

Таким образом формируется социально-экономический механизм воспроизводства человеческого капитала. В конечном счете он нацелен на повышение эффективности затрат на воспроизводство человеческого капитала, являющегося национальным достоянием общества, его главным богатством.

Теория воспроизводства человеческого капитала испытывает трудности формирования и развития. По своей целевой установке она достаточно привлекательна и перспективна не только в теоретическом, но и в практическом плане. Её зрелость и завершенность позволили бы создать механизм преодоления множества противоречий в развитии социально-экономических систем и общества в целом, определить, обосновать принципиальную возможность разрешения главного противоречия, противоречия между трудом и капиталом, снять, как минимум, остроту этого противоречия, столь существенно влияющего на судьбу современного мира, перспективы развития социума.

Институционализм поднимает категорию «труд» на более высокий уровень, придает ей приоритетность. Для понимания этого необходимо вернуться к самой сущности категории «труд».

В узком представлении труд - это деятельность в рамках

---

[7] Там же.

общественного производства и в его интересах, результатом которой являются товары и услуги (применительно к рыночной экономике). Следовательно, это базисная категория производства. Труд возможен в рамках общественного производства только в сочетании личного (рабочая сила) и вещественных факторов производства (основные и оборотные фонды).

Для возобновления процесса производства необходимо возмещение затраченных факторов – через оплату труда рабочей силы, через амортизацию основных фондов и приобретение оборотных фондов (через цены). На этом этапе (возмещение), как правило, решается проблема расширения масштабов производства (количества) и его качества (кокурентоспособность).

В этот процесс в условиях рыночной экономики вступают такие факторы, как возвышение потребностей (цен), прирост факторов. И то, и другое осуществляются через спрос и предложение, а следовательно, цены на факторы производства и рабочую силу должны отражать ее стоимость, т.е. условия воспроизводства рабочей силы, её количество, качество, здоровье, интересы к труду и т.д., т.е. формируется система производственных отношений, саморегулируемых (классическая политическая экономия) в условиях свободной конкуренции и регулируемых (Кейнс и его последователи). Пока это ещё экономическая теория, в том или ином варианте представленная и в настоящее время.

Опыт показал несостоятельность саморегулирования и государственного регулирования рыночной экономики, не дающих гарантий от нарушения макроэкономического равновесия с его негативными последствиями.

В настоящее время, когда активизируются процессы модернизации экономики, становится крайне актуальным формирование гибкого рынка труда, позволяющего решать проблемы обеспечения рациональной занятости рабочей силы, адекватно меняющимся внешним условиям. В этом направлении предстоит осуществить следующие меры:

- существенно расширить инфраструктуру рынка труда, позволив частным биржам труда заниматься трудоустройством, стимулируя создание кадровых агентств, осуществляющих набор, отбор, оценку кадров, создав мощную сферу частных учебных фирм, осуществляющих подготовку, переподготовку и переобучение кадров, причём для этого нужно создать хорошую законодательную базу, стимулирующую развитие всей этой инфраструктуры;
- создать систему информационного обеспечения безработных

лиц и интересующихся граждан в вопросах поиска работы, возможностях повышения квалификации, обучения и переобучения, планирования карьеры и т.д., используя для этого всевозможные средства передачи информации;

- внедрить и развить механизмы социального партнёрства, позволяющие повысить роль труда, его оплату, качество и производительность, создав для этого законодательную базу, среду, способствующую рзвитию конкуренции между ними;
- предусмотреть в системе высшего образования подготовку квалифицированных кадров по направлению «кадровый менеджмент», популизировать данный вид профессии, содействовать его широкому внедрению на предприятиях;
- децентрализовать методы принятия решений в системе профессионального образования, позволив профессиональным колледжам самостоятельно формировать программы подготовки кадров в сотрудничестве с предприятиями, учреждениями и организациями, исходя из требований местного рынка труда, а на руководящие инстанции возложить функции контроля за качеством и целеориентированностью реализации программ подготовки кадров.
- внедрить систему выборочных мониторинговых обследований предприятий в целях определения профессионально-квалификационной структуры занятых и прогнозирования тенденций спроса на кадры в среднесрочной перспективе на базе Министерства труда и социальной защиты населения Республики Узбекистан.

Реализация вышеназванных задач на практике позволит создать саморазвивающуюся и саморегулирующуюся систему нивелирования спроса на кадры и их предложения на рынке труда в соответствии с принципами рыночной экономики. При этом, прямое регулирование рынка труда, традиционно осуществляемое государством, будет заменено саморегулированием рынка труда.

В практике деятельности государственных структур, связанных с функционированием рынка труда, он рассматривается с учетом различных социально-экономических факторов, а также политических проблем, исходя из принципа единства социальных и экономических процессов. При этом под эффективной политикой на рынке труда понимается прежде всего проведение активной политики занятости, улучшение функционирования рынка труда и создание эффективной сети специальных институтов и социальной инфраструктуры, действующих в соответствии с рынком, а не наперекор ему, с тем, чтобы мотивированное поведение трудящихся и предприятий было не только взаимно совместимым, но также социально и политически

приемлемым.

В условиях рыночной системы хозяйствования процессы, происходящие на рынке труда, всегда взаимосвязаны с общими тенденциями экономического роста. Многие ученые с мировым именем обращали свой научный интерес к этим процессам в рамках изучения важнейших особенностей функционирования рыночной экономики в целом, формируя известные научные школы и направления.

Изучение общих тенденций функционирования рынка труда, как показывает мировая практика, позволяет выявить, что высокий уровень экономического роста всегда сопровождается революционной перестройкой рынка труда. В Европе в процессе формирования современной рыночной экономики промышленная революция соответствовала новому разделению труда, которое окончательно сформировало его механизмы, однако это произошло не без разрушительных социальных последствий. Так, одной из необходимых составляющих успешного развития английского капитализма был избыток дешевой рабочей силы, которая перетекала из деревень и семейных мастерских на фабрики и мануфактуры.

Можно привести другие примеры, относящиеся уже к современной истории. Посмотрим, что происходило с рынком труда в Бразилии и Южной Корее в начале их экономического подъема. Интерес к этим двум странам объясняется достаточно просто - Бразилия и Корея стали первыми странами «третьего» мира, всерьез заявившими о себе на мировых несырьевых товарных рынках. В этих странах правительства смогли в крайне сжатые сроки обеспечить быстрый промышленный рост и увеличение экспорта, а также значительный приток иностранных инвестиций.

Однако не весь международный опыт следует вслепую копировать. Так, для названных двух стран характерно, что первоначально это были военные режимы, которые железной рукой повели экономику по пути быстрого роста, что сопровождалось большими социальными издержками, на наш взгляд, совершенно недопустимыми в современных условиях Узбекистана. Вместе с тем, положительной стороной здесь было то, что правительства получили прочную поддержку предпринимателей и среднего класса, видевших в них гарантию своего благосостояния и роста доходов.

Таким образом, был осуществлен процесс «созидательного разрушения», уничтожающий старую структуру изнутри и одновременно создающий новую, который Й. Шумпетер называл основной отличительной характеристикой рыночной системы хозяйствования.

На рынке труда начало экономического подъема сопровождается следующими явлениями:

- наличием большого количества новых экономически эффективных рабочих мест, преимущественно в высокотехнологичных отраслях промышленности;
- избытком дешевой и высокопроизводительной рабочей силы, то есть достаточно высоким уровнем безработицы;
- высоким уровнем мобильности рабочей силы.

На отечественном рынке труда такие тенденции проявляются пока еще не в полной мере, за исключением несомненного факта наличия дешевой и достаточно высокопроизводительной рабочей силы. В силу ряда особенностей демографического характера создаваемые новые рабочие места едва успевают за тенденциями общего роста населения, а потенциально свободная рабочая сила зачастую привязана к своим экономически неэффективным рабочим местам и характеризуется традиционно низким уровнем миграции по стране.

Конечно, экономический подъем нельзя смоделировать в кабинетах, но есть вещи очевидные. Необходимо создать условия для опережающего роста предложения труда над спросом. Сам механизм взаимодействия спроса и предложения в условиях равновесного рынка труда хорошо известен. Так, общая абстрактная модель рынка труда предполагает следующие его основные характеристики: наличие большого числа независимых друг от друга конкурирующих между собой покупателей и продавцов. В процессе конкуренции цена трудовых затрат и услуг устанавливается на таком уровне, при котором спрос равен предложению. При этом цена, при которой спрос равен предложению, называется равновесной, а рынок, на котором цена колеблется вокруг равновесного уровня, равновесным рынком.

Большинство населения даже самых развитых стран способно лишь занимать готовые рабочие места, и только малая часть может открывать новые. Практика многих десятилетий развития рыночной экономики в западных странах демонстрирует, что создатели новых эффективных рабочих мест появлялись при любом экономическом подъеме. Основные задачи, которые они перед собой ставили, были следующими: господствовать над самым главным в новых технологиях, обеспечить высокий уровень кадрового потенциала своих предприятий и профессионально знать рынки, чтобы быть способными самим ориентировать свое производство.

УДК 330.1:658

Мухторов Д.Б., доктор PHD 2 курс
Таджикский государственный
университет права, бизнеса и политики

ФАКТОРЫ И УСЛОВИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ

Создание цивилизованного рынка, глобализация экономических отношений и новый этап экономического развития резко обострили проблему конкурентоспособности на всех ее уровнях: продукции, предприятия, отрасли, региона и страны в целом. В иерархии конкурентоспособности особое место занимает конкурентоспособность региона.

Среди многих факторов, которые влияют на развитие региона в целом, самым главным является то, как работают предприятия, находящиеся на территории данного региона, их эффективность. От того, как работают предприятия, зависит благосостояние людей, которые заняты на производстве, их уровень жизни. В связи с этим необходимо разработать такую стратегию региона, которая бы способствовала развитию только социально и экономически значимых объектов на данной территории.

Устойчивое социально-экономическое развитие региона с обеспечением высокого качества жизни его населения называется конкурентоспособностью региональной экономики.

Значительные изменения происходят в мире на данный момент. Эти изменения связанны с глобализацией, что находит проявление во многих сферах жизни общества; задает новые условия развития как страны в целом, так регионов в частности. Именно в этих условиях, большую роль играет региональная конкурентоспособность, что связано с выходом регионов на мировой рынок, как самостоятельных субъектов рыночной экономики, способствующих росту экономики страны в целом.[5]

В первую очередь, развитие региона зависит от конкурентоспособности организаций и компаний, расположенных на его территории. Создание наилучших условий функционирования организаций в целом является приоритетной региональной политикой.

Более эффективным методом оценки конкурентоспособности региона в мировой практике является метод, используемый Всемирным банком, который базируется на таких показателях, как: размер ВРП на душу населения; природные и человеческие ресурсы; совокупность

работ, направленных на получение новых знаний.

Конкурентоспособность экономики страны определяется как результат взаимодействия перечисленных факторов, особенностей хозяйственно-политической среды, организационных способностей и эффективности механизма функционирования экономики, её хозяйствующих субъектов.[4]

На наш взгляд можно выделить факторы, определяющие привлекательность региона, это наличие сырьевой базы, уровень развития региональной экономики, развитая коммуникативная сеть, процентные ставки, транспортная инфраструктура и квалифицированная рабочая сила.

Главная проблема на сегодняшний день заключается в том, чтобы разработать такую стратегию развития региона, которая способствовала бы развитию территории в целом, а не в процессе интересов частных лиц. В связи с этим важно использовать концепцию ключевых факторов успеха территорий профессора Р. М. Кантера. В соответствии с ней решающее значение имеет формирование совокупности факторов, обеспечивающих владение следующим набором ключевых навыков: производство товаров и услуг на мировом уровне, умение создавать новые технологии, способность управления городом как единой системой, умение выявлять интересы различных групп общества и формирование на их основе общих целей. .[3]

В перспективе можно уверенно говорить, что в настоящее время в Таджикистане важное значение приобретает обеспечение в национальной экономике воспроизводственного процесса на современной инновационной и технологической основе, что требует инвестиций. Таким образом, приток инвестиций в регион в рыночном пространстве страны целиком определяется конкурентными преимуществами.

Таким образом, конкурентоспособность территории представляет собой гибкую к инновациям систему производства товаров и услуг и тем самым способность обеспечивать высокие стандарты жизни. Самыми преимущественными, в настоящее время, в развитии любого государства становятся инновационные процессы. Производство инноваций постепенно выделяется в отдельную отрасль, от которой зависит развитие отсталых видов деятельности. Нестандартные знания, воплощенные в высокодоходных технологиях, должны выступать в качестве важнейших элементов производительных сил инновационной экономики.

Формулирование стратегических целей развития региональной инновационной системы, преобразование ее институциональной

структуры, изменение механизмов взаимодействия научных и инновационных организаций с потребителями и их продукции в предпринимательском и региональном секторах, несмотря на существенные проблемы, могло бы способствовать повышению инновационной активности.

Если говорить об инновационном потенциале региона, то он представляет собой часть экономического потенциала, выраженная в виде проектно конструкторских, научно-исследовательских, технологических организаций, опытных разработок, экспериментальных производств, персонала научно-исследовательских организаций, их квалификации и способности к нестандартным новаторским идеям.

Также можно выделить наиболее важный способ создания конкурентного преимущества — знания, представляющую собой основу конкуренции в целом. Знания, которые получены в результате специфического опыта, имеют тенденцию к уникальности и трудны для подражания. Конкурентное преимущество, которое основано на знании, устойчиво, так как новые знания объединяются с существующими для разработки уникального видения и создания новых, более значимых знаний. Их нужно создавать и развивать в тех направлениях, которые могут иметь экономический эффект и способствовать экономическому росту, и дают возможность региону создавать новые конкурентные преимущества.

Если регион может идентифицировать те области деятельности, где его знания делают ему преимущество в конкуренции, и если эти уникальные знания способны обеспечить прибыль, то может возникнуть мощное и существенное конкурентное преимущество региона в выделенных областях. Для создания или укрепления своих конкурентных позиций, которые обеспечивают преимущество в конкурентной борьбе, необходимо использовать свои возможности обучения.

Однако инновационные знания дают возможность лидировать. Инновационные знания могут стать коренными, так как знания не статичны. Таким образом, защита и улучшение конкурентной позиции требуют постоянного обучения и восприятия знаний.

Для того, чтобы повысить уровень социально — экономического развития страны, необходимо развивать инновационный потенциал региона.

И вследствие этого, в развитии этой инфраструктуры, значительную роль играют региональные власти. При появлении какой — либо идеи в виде новшества, ее необходимо развить, внедрить в производство,

тогда ее результатом станет новый продукт или технология, то есть инновация. На этом этапе все зависит от степени развитости и уровня использования инновационного потенциала региона, а именно от количества действующих в данном регионе научно-исследовательских институтов, опытно-конструкторских бюро и лабораторий, способных довести идею до продукта, от уровня знаний и квалификации сотрудников этих организаций, от числа пред-приятий, занимающихся научными разработками. .[3]

Конкурентоспособность региона в названном выше смысле слова описывается такими характеристиками, как конкурентные преимущества региона в самых различных сферах и отраслях экономики и социальной сфере, наличие природных богатств, условия существования региона, интеллектуальный уровень развития населения.

Конкурентоспособность в частности обладает двумя признаками: базовыми и обеспечивающими. Наличие у региона развитой системы производи-тельных сил, включающих в себя используемые при-родные богатства, научный потенциал, уровень применения достижений технического прогресса на всех предприятиях региона, которая создает общий уровень технологического обеспечения хозяйствования в определенном регионе, развитость интеллекта жителей определенной территории, относятся к базовым признакам.

А обеспечивающим признакам конкурентоспособности относят наличие разных видов инфраструктур региона, от производственной до рыночной. Так как, полная обеспеченность региона инфраструктурами означает, как потенциальные возможности региона в целом могут превратиться в его реальную конкурентоспособность и затем уже реализоваться в конкурентных преимуществах данного региона перед другими регионами.

Эти признаки конкурентоспособности постоянно взаимодействуют, и создает при этом синергетический эффект осуществления этих характеристик в реальной действительности. Мне кажется, что значительный вклад в формирование инвестиционной привлекательности региона вносят факторы, накопленные в процессе многолетней хозяйственной деятельности: развитость инфраструктуры, инновационный и интеллектуальный потенциал.

В свою очередь П. Кресл выделяет два типа факторов конкурентоспособности территории:

—экономические факторы, сюда входят: место расположения, факторы производства, инфраструктура, экономическая структура, достопримечательности и места отдыха;

—стратегические факторы, сюда входят: эффективность органов управления, стратегия развития, общественно-частное партнерство и институциональная гибкость, под которой исследователь подразумевает организующую способность органов власти и их способность адаптироваться к меняющейся внешней среде. [4]

Таким образом, в моем понимании конкурентоспособность регионов — это не только оценка социально-экономического положения региона, но стабильное и устойчивое развитие данной территории.

Чтобы быть конкурентоспособным нужны изобретательный ум, глубокие знания, сила воли. Как показывает опыт развитых стран, настоящие деловые отношения строятся на основе строгих этических норм — честности, порядочности, выполнения своих обязательств. Она должна быть полезна всем людям, которые находятся на данной территории и заинтересованы в хороших качественных товарах и услугах.

И все-таки, надо отметить, что формирование конкурентной позиции региона возможно только при комплексном учете существующих или отсутствующих конкурентных преимуществ. При этом мы должны говорить о наличии различных видов ресурсов, об эффективности их использования, но прежде всего, о способности региона наращивать и активизировать его внутренний потенциал, которая достигается в результате взаимодействия тех или иных хозяйствующих субъектов, в частности предпринимательства.

Литература:

1. http://www.weforum. org.
2. http://www.creativeconomy.ru
3. Адрианов, В. Конкурентоспособность России в мировой экономике. — МЭ и МО, 2011, № 3.
4. Актуальные вопросы экономических наук: материалы III Междунар. науч. конф. (г. Уфа, июнь 2014 г.). – Уфа: Лето, 2014. – с. 150-153.
5. Глобализация и конкурентоспособность: стратегии успеха: сборник статей. С. Литовченко, А. Дынин, А. Соколов. — 2009.
6. Бутов, В. И., Игнатов В. Г., Кетова Н. П. Основы региональной экономики. — М.: Университет, 2012 г.

УДК:330.76.13

Навруз–Зода Б.Н.-д.э.н., профессор
Бухарский государственный университет
Мухитдинов Ш.Х. - ассистент
Каршинский филиал Ташкентского университета информационных технологий

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ УПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ И СТРУКТУРНОЙ ОСНОВА УЗБЕКИСТАНА

Социально-экономическое развитие регионов на долгосрочную перспективу теснейшим образом связано с эффективным использованием природно-экономического потенциала регионов, и на этой основе обеспечением гармонизации интересов всех регионов в общенациональном и международном разделении труда.

Структурной основой симбиоза специфических условий и особенностей развития республики является национальная модель перехода к рыночным отношениям. Последняя предстает в трудах Президента Узбекистана Ш.М. Мирзиёева как развернутая научно-практическая конструкция, выражающая стратегическое национально-государственное видение долгосрочных перспектив развития страны в условиях и в ходе ее интеграции в мировое хозяйство, и, исходя из этого, концептуально определяющая целесообразность заимствования зарубежного опыта и его адаптации в экономике страны.

Учитывая, с одной стороны, открытость национальной концепции социально-экономического развития республики к восприятию позитивных аспектов мирохозяйственного прогресса и чрезвычайную неоднородность стран мира - с другой, ссылки на опыт как на обобщенную и собирательную категорию представляются автору неправомерными. Интерес к механизмам развития отдельных стран неодинаков и зависит во многом от достигнутого каждой из них уровня экономического развития, общественного прогресса, роли и места в мировой экономике.

На данный период актуальным и целесообразным представляется рассмотрение результатов рыночных преобразований в странах с переходной экономикой, современное развитие которых в условиях и в процессе интеграции в глобализирующееся мировое хозяйство началось с отказа от плановой организации хозяйственной деятельности. В данном аспекте, опыт стран, начавших реформы раньше и одновременно с Республикой Узбекистан, имеет важное

научное и практическое значение для изучения основных проблем и путей перехода к рыночной организации, оценки возможных перспектив трансформации экономики республики, существенно облегчает и повышает результативность формирования направлений экономической политики нашей страны.

Наиболее крупным элементом государственного хозяйства с экономической, технической и социальной точек зрения является производственный потенциал, выступающий в виде предприятий, фирм и т.д. Содержательная сторона деятельности таких организаций крайне многообразна и оказвает существенное влияние на различные стороны жизни общества. Являясь частью этого общества, производственные организации и их члены сами подвержены процессам общественных изменений. Поэтому производственные организации и их влияние на общество можно рассматривать во многих аспектах. В рамках нашего курса выделим важнейшие из них.

Сама по себе производственная организация как сложная система, выступает в виде:

- юридически (законодательно) оформленного субъектно-объектного органа;
- хозяйственного объекта;
- социального организма;
- организационной структуры;
- пространственно-технического организма.

Как целостная система, объект и субъект различных взаимоотношений производственная организация выступает в качестве юридического лица, которое имеет в собственности, хазяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, осуществляет имущественные права и отвечает по своим обязательствам этим имуществом.

Как подсистема государственного (или мирового) хозяйства производственная организация может рассматриваться как представитель определенной отрасли хозяйства, типа производства регионального или государственного уровня.

Как система со сложной внутренней структурой производственная организация может выступать в виде организационной, производственной, технической, функциональной и иного вида структур, характеризующих взаимодействие многообразных факторов и элементов организации для достижения ее целей.

Производственные организации выделяются среди других организаций целым рядом особенностей.

Во-первых, являясь генератором общественного богатства, они -

основной поставщик материальных благ.

Во-вторых, именно производственные организации решили одну из ключевых задач развития человеческого общества: они осуществляют расширенное воспроизводство, что позволяет не только накапливать материальные, интеллектуальные и духовные ценности (за счет полученной прибыли), но и качественно преобразовывают их т.е. по существу предоставляют саму возможность для развития общества.

В-третьих, предприятия, осуществляя свою хозяйственную деятельность, являются основным «донором» государства, направляя в казну налоговые платежи, которые используют для решения общенациональных и региональных задач.

В-четвертых, выплачивая заработную плату своим работникам, дивиденды акционерам, выступая в качестве продавца и покупателя на рынке предприятий, они формируют покупательную способность.

В-пятых, производственные организации формируют важнейшие рынки - рабочей силы, капиталов и инвестиций, товаров и средств производства.

Результаты системных преобразований по странам в реальном выражении (динамика показателей ВВП и инфляции за годы перехода к рынку) и качественные их аспекты (оценка международными организациями степени продвижения стран по пути рыночных реформ), на наш взгляд, могут служить своеобразным индикатором интереса и полезности их опыта. Наблюдается резкий контраст в результатах рыночных преобразований в каждой из стран. Очевидны не только существенные межрегиональные различия, но и значительные расхождения между отдельными странами, сгруппированными по географическому критерию, отражая преимущественно страновую специфику и локальные черты, несущие отпечаток неповторимого исторического своеобразия, традиций и форм управлению, политической структуре. Функционирование экономик каждой из стран, по сути, во многом опровергает взгляды ряда авторов на идентичность переходных экономик и, соответственно, возможность приложения опыта любой из них к условиям другой и получения во многом аналогичных результатов.

В то же время экономики стран в условиях глобализации так или иначе связаны с достижением общих для всех субъектов мировой экономики фундаментальных требований эффективности, и каждая конкретная страна в процессе своего развития спонтанно или целенаправленно находит и использует те или иные наиболее адекватные для своей экономики методы, средства и пути приспособления к ним.

Достижение позитивных результатов крайне затруднительно в отрыве от множества специфических условий конкретной экономики, осуществляющей переход к рынку как глубинного, так и конъюнктурного характера. Национальные особенности страны выражают конкретные и не обязательные для других стран формы приспособления деятельности управленческих и исполнительных структур государства к своеобразию национальных традиций, сложившемуся уровню и образу жизни с целью наилучшего использования сильных и преодоления слабых сторон своего рационального наследия. При этом сразу выявляется, что в ряду специфических страновых факторов наибольшее социально-экономическое значение имеют именно те характеристики, которые в принципе не подлежат копированию с целью их дальнейшей адаптации к экономикам других стран - гражданский и бытовой уклад, религия и обряды, традиции, состояние генофонда. В центре анализа и стратегии формирования и управления эффективной, успешно развивающейся экономикой оказывается, таким образом, не задействование всех аспектов опыта перехода к рынку, а их абсорбирование и качественное совершенствование в соответствии со специфическими чертами страны.

Следовательно, возможности использования опыта рыночной трансформации других стран и методы их переноса и проецирования на реалии экономики республики зависят от характера трактовки самой национальной модели развития и напрямую связаны и обусловлены соотношением в ней характеристик национального и внешнего.

Тем не менее, перспективы и возможности использования определенных аспектов экономической политики зарубежных стран, которые приводят к успеху экономических реформ, ни в коем случае не могут быть связаны с точным копированием программ их практической реализации или позитивного опыта развития отдельных секторов экономики в силу объективного различия стартовых и специфических страновых условий. К примеру, очевидна привлекательность повышения удельного веса частного сектора в экономике или же обрабатывающих отраслей в экспорте. Однако следует помнить, что на каждом конкретном этапе развития доля каждого из секторов экономики в величине привлекаемых факторов в объеме производимого продукта, дохода и т.д. отражает их развитость и значимость для данной конкретной страны, характеризует присущие странам данной группы сущностные тенденции. Следовательно, они не могут служить доказательством неизбежности сохранения данных пропорций для всех без исключения стран с переходной экономикой, стремящихся к

адаптации позитивного опыта данной страны. Обособление в экономической модели развития страны какого-либо сектора должно вестись по его функциональному признаку, ролевому статусу в исходной и формируемой экономиках.

Таким образом, при формировании структуры конкретной экономики следует учитывать, что количественная характеристика не может служить достаточным основанием для ее копирования в данной системе, поскольку эффективность функционирования и развития экономики той или иной страны определяется уникальной, свойственной только ей неповторимой комбинацией различного рода внутрисистемных и внешних условий, факторов и обстоятельств, которые и обусловливают ход в ней всего многообразия социально-экономических процессов по той траектории, по которой они и протекают в каждый конкретный момент времени. Соответственно, формирование структуры экономики должно происходить с учетом специфических особенностей страны-модели и страны - преемницы.

Иными словами, создать новую экономику надо не вопреки, а на основе своеобразия страны, поскольку в противном случае наряду с решением одних проблем, возможно усугубление существующих и появление новых диспропорций. Между тем, переоценка значения национальной специфики для результативности проведения рыночных реформ может быть не менее опасна, чем ее недооценка. Как замечает К. Лингл, "институциональный протекционизм может иметь такой же эффект, как и торговый"[8]. Абсолютизируя традиционные принципы организации хозяйственной деятельности, страна может усилить воздействие факторов, замедляющих проведение институциональных реформ и препятствующих интеграции в мировую экономику.

Обобщение, учет и использование зарубежного опыта в национальной программе реформирования экономики с учетом особенностей стартовых условий связаны с определением общностей и различий республики с группами стран с переходной экономикой, на основе чего можно выявить наиболее адекватные специфическим условиям нашей республики аспекты развития и трансформации последних, целесообразность и реальные возможности их адаптации, внедрения и вживления в социально-экономическую ткань Узбекистана, обеспечения их эффективного функционирования в качестве ее органичных неотъемлемых частей в дальнейшем.

Изучение зарубежного опыта трансформации экономических систем

---

[8] Lingle C. The end of the beging of the "Pacific century"?. "The pacific review". Vol. 9, No. 3, 1996. p. 406.

целесообразно с точки зрения определения возможных перспектив развития процессов перехода к рынку в Узбекистане, позитивных и негативных последствий тех или иных преобразований. При рассмотрении возможностей использования зарубежного опыта в процессе перехода к рынку в республике, следует учитывать невозможность и нецелесообразность его непосредственного копирования в виду обусловленности его уникальной комбинации специфических условий, особенностей и факторов, присущих только данной конкретной стране.

В связи с вышесказанным следует помнить, что экономика Узбекистана как объект адаптации опыта также имеет свою неповторимую специфику, оказывающую решающее влияние на результативность внедрения тех или иных элементов развития других стран. Следовательно, возможности и целесообразность использования зарубежного опыта при построении рыночной экономики в Узбекистане должны учитывать общности и различия нашей республики с соответствующими странами. Таким образом, применительно к трансформации экономики Узбекистана отметим, что, аккумулируя чужой опыт, необходимо вобрать в себя его основную черту - плодотворное сочетание современных рыночных принципов функционирования хозяйства с особой организацией общественных связей, порожденных историческими и культурными традициями, этнопсихологической спецификой, присущих стране, взвешенно сочетая их с привнесением нетрадиционных для страновых условий институтов.

Все это, в конечном счете, позволит нашей стране получить высококвалифицированных специалистов в области международной конкурентоспособности, которые смогут смело оперировать в вопросах обеспечения продвижения отечественной продукции на мировой рынок, предварительно доведя ее по всем параметрам (качество, цена) до уровня международных стандартов. Тем самым, будет решена проблема достижения национальной экономикой Узбекистана, ее основными секторами и отраслями, предприятиями и производимой ими продукции уровня мировой конкурентоспособности, что, в конечном итоге, определит соответствие формирующейся рыночной экономики страны требованиям мировой хозяйственной системе на этапе ее глобализации.

УДК 612.01

Наумчук О.А., магістрант кафедри
цифрової економіки та міжнародних
економічних відносин,
Державний університет «Житомирська політехніка»

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРАЦЕЗДАТНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Для підприємства вкрай важливо володіти працівниками з високими параметрами спроможності до продуктивної праці протягом тривалої зайнятості на трудових процесах. Наявність трудового потенціалу у людей до рівної результативної праці протягом робочого дня (тижня, місця, року) актуалізує необхідність визначення резервів підвищення рівня працездатності працівників підприємства.

Практичне значення заходів щодо підвищення працездатності працівників випливає із закономірностей її динаміки і, як правило, зводиться до [1]: збільшення фази стійкого стану в фонді робочого часу; прискорення процесу впрацювання працівника; віддалення настання фази розвитку втоми; забезпечення високої продуктивності праці за нормальних фізіологічних затрат.

Комплекс заходів щодо підвищення і збереження працездатності працівників на оптимальному рівні реалізується в техніко-організаційному, соціально-економічному, санітарно-гігієнічному, медико-біологічному та психологічному напрямах.

Могутнім фактором високої працездатності і продуктивності праці є оптимізація трудових навантажень на основі механізації і автоматизації виробничих процесів, удосконалення техніки і технологій, скорочення і ліквідації важкої ручної праці. При правильній організації праці на легких роботах спостерігається найбільша тривалість фази стійкого стану, а на важких роботах вона нетривала.

Високий рівень працездатності безпосередньо залежить від умов праці, оскільки їх поліпшення супроводжується зменшенням енергетичних затрат організму людини на подолання несприятливого впливу факторів фізичного (виробничого) середовища.

Важливим напрямом підвищення працездатності працівників є ритмізація трудових процесів, оптимізація темпу роботи, а також раціоналізація трудових рухів на фізіологічній основі, що сприяє формуванню і закріпленню робочих динамічних стереотипів, а отже зменшенню м’язових і вольових зусиль. Ритмічна робота підвищує функціональні можливості організму людини, сприяє його тренованості

та забезпечує економізацію енергетичних затрат. Економізація функціональних затрат досягається завдяки стійкій домінанті і автоматизму дій, що виключає зайві рухи, розсіювання уваги тощо.

Особливе значення для підтримання працездатності працівників на високому рівні має раціональний режим праці та відпочинку (перерв). Дослідження показують, що впровадження раціонального режиму праці та відпочинку на підприємствах забезпечує підвищення продуктивності праці на 8–10%, сприяє поліпшенню фізіологічного стану працівників (зменшується частота пульсу в процесі роботи, підвищується м'язова витривалість в кінці зміни, покращується координація рухів).

Високій працездатності працівників сприяє і раціоналізація робочих місць на основі врахування антропометричних, біомеханічних і психофізіологічних вимог, що обумовлює раціональну робочу позу, зменшення статичних навантажень, оптимізацію робочої зони та інформаційних потоків.

Також висока працездатність забезпечується за рахунок використання факторів естетичного впливу на працюючих. Такими факторами є колір, світло, музика. Необхідно підкреслити значення функціональної музики, яка впливає на емоційну сферу людини, підвищує збудливість і лабільність центральної нервової системи. На початку роботи вона прискорює процес впрацювання, а в кінці робочого дня зменшує суб'єктивне відчуття стомленості. Вплив функціональної музики посилюється, якщо вона поєднується з фізичними вправами. Останні підвищують лабільність органів, які безпосередньо беруть участь у виконанні роботи, активізують роботу органів дихання і кровообігу.

Особливе значення в підвищенні працездатності працівників має створення сприятливого клімату в колективі підприємства, високий рівень мотивації праці, ефективна система стимулювання результатів діяльності, рівень життя в цілому і охорона здоров'я населення.

Отже, необхідність пошуку можливостей для підвищення працездатності працівників на підприємстві продиктована наявністю відповідних психофізіологічних резервів у людей, використання яких може суттєво відтермінувати входження людини у фазу втоми.

Список літератури:

1. Крушельницька Я.В. Фізіологія і психологія праці: підручн. – К.: КНЕУ, 2003. – 367 с.

УДК 330

Невмержицька А., студентка
Науковий керівник: Панченко В.С., к.і.н.
Житомирський торговельно - економічний коледж КНТЕУ

ПРАВО НЕПОВНОЛІТНІХ НА ПРАЦЮ: ОСОБЛИВОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ У СУЧАСНІЙ УКРАЇНІ

На сучасному етапі вітчизняного державотворення, позначеного глибокою соціально-економічною кризою, молодь все частіше приймає рішення про якнайшвидше працевлаштування, незважаючи на досить юний вік. Приміром, проведене нами соціологічне опитування у жовтні 2019 р. серед студентів коледжів м. Житомира (особи 15-18 років) наочно довело цю істину, адже серед респондентів було 53% працюючих. При цьому цікавий той факт, що лише 14% офіційно оформили трудові відносини, всі ж інші трудились за зарплату «у конверті». Тому актуальним видається дослідження ризиків подібного кроку.

Дитяча праця є специфічним соціально-економічним явищем, викликаним дією різноманітних чинників, що передусім залежать від рівня економічного розвитку країни, в якій проживає дитина, обсягу державного забезпечення освіти дітей, соціально-культурних поглядів на роль дитини в суспільстві. Якщо в окремих розвинених країнах залученість дітей до оплачуваної роботи має навчально-виховний характер, то в країнах, що розвиваються, головним мотивом використання праці дітей є бідність і обмеженість освітніх можливостей для підростаючого покоління.

Для початку погляньмо наскільки поширене явище раннього працевлаштування в Україні та світі. Згідно з результатами перших і на сьогодні єдиних досліджень, проведених 1999 р. Державним комітетом статистики за сприяння МОП, в Україні було виявлено 350 тисяч дітей, зайнятих на різних роботах. Більша частина (46%) задіяна в сільському господарстві, в торгівлі (26%) і сфері послуг (19%). Середній вік, коли діти починали працювати, — 12 років. Вже в ті роки серйозне занепокоєння в Держкомстаті викликала велика тривалість робочого дня дітей. Так, робочий день 6% неповнолітніх дітлахів віком 13—14 років був довший, ніж у дорослих, а 2% 15—17-річних дівчат і хлопців працювали понад 56 годин на тиждень [3].

Існує ця проблема не лише в Україні, а набула світового масштабу й розвивається переважно в тих країнах, де низький рівень життя. Так, згідно з даними досліджень МОП, станом на 1992 р. у світі в економічній

діяльності було задіяно 250 млн. дітей. Це — без урахування дітлахів віком від 5 до 17 років із країн із розвиненою та перехідною економікою, чисельність яких становила майже 50 млн. осіб. Сьогодні, за оцінками МОП, у світі вимушені працювати мінімум 165 млн. хлопчиків і дівчаток віком від 5 до 14 років. Більшість із них трудиться в небезпечних для життя і здоров'я умовах. При цьому 77 млн. дітей молодшого шкільного віку не відвідують школу. В результаті ці діти не мають початкової освіти і, як наслідок, ризикують залишитися без можливості в майбутньому стати кваліфікованими працівниками [3].

Однак, за даними досліджень МОП, у світі кількість працюючих неповнолітніх скоротилось на одну третину з 2000 р., від 246 млн. до 168 млн. дітей. Більше половини з них, 85 млн., задіяні на небезпечних роботах (в порівнянні з 171 млн. в 2000 р.). Сільське господарство залишається на сьогодні найбільшим сектором економіки, де задіяна праця дітей (98 млн, або 59%), в сфері послуг (54 млн), промисловості (12 млн) і все це тільки в тіньовому секторі економіки [2, с. 17].

МОП у своєму дослідженні виокремила такі недоліки раннього працевлаштування: залучення молоді до нестабільної прекарної праці; робота молоді за спеціальністю нижчої кваліфікації у порівнянні зі здобутою освітою; вищий рівень офіційного безробіття, аніж серед інших груп населення. Освіченість сучасних працівників зростає, однак шанси знайти роботу — ні. У країнах, що розвиваються, до 75% молодих людей мають нерегулярну роботу, а 90% працюють у неформальному секторі. Перехід від навчання до стабільної роботи в середньому потребує 19 місяців.

Поширеним явищем стала «недобровільна тимчасова робота»: короткостроковий контракт і неповний робочий день, тому що так вирішив наймач. У більшості європейських країн спостерігається тенденція до зростання тимчасової роботи серед молоді. Середній показник по ЄС показує збільшення з 40% у 2005 році до 43,3% в 2014 році (в Україні застосування короткострокових договорів не дуже поширене, натомість поширені взагалі неоформлені трудові відносини) [2, с. 18].

Для українського ринку праці характерне явище «надмірної освіченості» (overeducation). У 2002 році Україна встановила рекорд у Європі: 38,3% молодих людей були «надто освіченими» для роботи, яку вони виконували. Це стало можливим за умов руйнування промислового потенціалу та відносної доступності освіти. Найбільше працівників із недостатнім рівнем освіти залучено до виконання функцій законодавців, вищих держслужбовців, менеджерів (13,1%) [3].

Цікавим є розподіл молодих працівників за доступом до соціальних гарантій. Згідно з опитуваннями, 64,3% можуть скористатися правом на

щорічну оплачувану відпустку. Разом із тим, 93,8% не можуть розраховувати, що роботодавець оплачуватиме оренду житла. 13,1% молодих людей не знали, чи сплачує за них власник внески на соцстрахування. У 21% молоді тривалість робочого тижня – 50 і більше годин. 40-годинний робочий тиждень доступний для 61,4% молоді. Знайшлося місце і для парадоксів, які, однак, можна зрозуміти: 57,1% молоді залучено до неформального сектора, хоча більшість із них задоволені своєю роботою (78,3%).

Особливістю вітчизняного ринку праці є те, що 80,2% працюють на неформальних робочих місцях у формальному секторі, тобто, не мають гарантій, хоча й зайняті на офіційно зареєстрованих підприємствах [1]. Тому в Україні сформувалося викривлене уявлення про те, що таке прийнятна зайнятість. Українська молодь погоджується приймати як початкові незадовільні умови зайнятості. Готовність молодих людей до надмірної експлуатації є визнаним фактом. Вони мало цікавляться регулюванням і приймають на віру цінності ринкової економіки в їхньому максималістському вираженні: «більше працюєш – більше заробляєш». У Києві відомі випадки, коли молоді люди працюють по 20 і навіть по 30 годин без перерв, тобто більше як добу! Молодь нерідко завищує в опитуваннях рівень свого добробуту. Чимало молодих людей нині розпочинають свій шлях без будь-яких гарантій; це закладає основи для правового нігілізму. Висока мотивація юного покоління є похвальною, проте за умов соціальної безвідповідальності бізнесу це не приведе до зростання продуктивності економіки. Є й ризик консервації соцстандартів на найнижчому рівні у Європі.

Мало того, у процесі вивчення проблем експлуатації дитячої праці МОП виявило, що у світі з'явилися нові форми використання неповнолітніх у найбрудніших сферах економічної діяльності, що раніше не були прописані й ідентифіковані в 138-й Конвенції МОП. Ідеться про використання дітей у збройних конфліктах, про залучення неповнолітніх до торгівлі наркотиками, до роботи в секс- і порноіндустрії, виконання складних робіт (у приватних вугільних копальнях, на будівництві, у фермерських господарствах тощо), внаслідок чого ставляться під загрозу життя і здоров'я дитини. Ці найгірші форми експлуатації дитячої праці й стали основою 182-ї Конвенції МОП, яка покликана забезпечувати право на захист праці неповнолітніх від зловживань із боку роботодавців. Її Україна ратифікувала 2000 року серед перших 40 країн світу [1].

Отже, раннє працевлаштування молоді таїть у собі дуже багато підводних каменів та прихованих небезпек. Навіть незважаючи на юридичні гарантії прописані у міжнародних договорах та вітчизняному

законодавстві, сучасні роботодавці знаходять шпарини щоб або уникнути взагалі прийому на роботу неповнолітнього, або перетворити його на фактичного раба на підприємстві. Тому молодій людині слід зважити всі за і проти та добре подумати при ухваленні рішення про працевлаштування.

Джерела та література:

1. Дудін В. Праця замість молодості: загрози для молоді на ринку праці: [Електронний ресурс] / В. Дудін, О. Ткаліч. – Режим доступу: https://commons.com.ua/uk/pratsya-zamist-molodosti-zagrozi-dlya-molodi-na-rinku-pratsi/
2. Охота Ю.Р. Деякі проблеми працевлаштування молоді / Ю.Р. Охота // «Ваш Договір». – 2014. – С. 14-20. – С. 17.
3. Тимощук О. Дитяча праця в України – традиція?: [Електронний ресурс] / О. Тимощук. – Режим доступу: https://dt.ua/SOCIETY/ dityacha_pratsya_v_ ukrayini __traditsiya.html

УДК 366.6

Нацевич О. С., магістрант, гр. ПВМ-3, ФБСО
Науковий керівник: Ткачук Г. Ю., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ СТАНОМ ПІДПРИЄМСТВА ТА ШЛЯХИ ЙОГО УДОСКОНАЛЕННЯ

Наявні зміни, що відбуваються у ринковому середовищі характеризують себе доволі негативно: постійне посилення зовнішньої та внутрішньої конкуренції, загострення економічної ситуації, нестабільне становище політичної сфери у країні. Виникнення даної проблематики створює певні труднощі для підприємств, що функціонують на ринку. Важливим кроком в цей час є продумане управління фінансовим станом підприємства. Адже через неправильне управління фінансовим портфелем суб'єкт господарювання не має чіткого бачення щодо свого фінансового стану, відповідно й не має змоги його контролювати, додатково виникають й управлінські проблеми в результаті чого наступає ймовірність виникнення банкрутства.

Через появу даних труднощів виникає необхідність повного аналізу в управлінні фінансовим станом. Все це відбувається задля адаптації підприємства відносно різним умов існування (та попередження кризових ситуацій). Зазначений план дій забезпечить успішну та

прибуткову діяльність в довгостроковій перспективі.

Ймовірне настання явищ, що провокують кризу та мають вплив на підприємство можна попередити завчасно за рахунок своєчасного забезпечення інформацією управлінського персоналу, постійному моніторингу стану справ у підприємств-конкурентів, у державі та в світі в цілому, аналізу фінансового стану та поточного стану фінансової стійкості підприємства,проведенні завчасної оцінки, здатності підприємства втриматись на ринку в момент виникнення кризових ситуацій й мати відповідний розвиток.

Першочергово, необхідно чітко розуміти поняття «фінансовий стан підприємства». Отже, фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [1].

Досить важливим у наш час є залучення до фінансового стану таких складових, як: ділова активність, потенціал формування та раціональне використання фінансових ресурсів підприємства, рівень фінансового ризику, платоспроможність, абсолютна величина прибутку. Взагалі фінансовий стан характеризує чимало факторів, які вчені об'єднують у групи, найголовніші показники, на нашу думку та складові цих груп наступні:

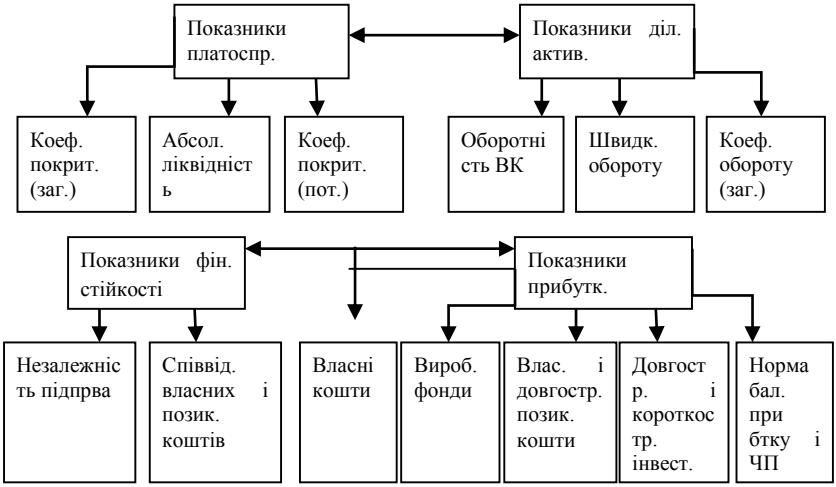


Рис.1. Показники фінансового стану та складові [1]

За вищенаведеними даними, ми можемо зробити висновок, що фінансовий стан є однією з найважливіших складових господарського процесу, який має безліч складових. Тому ефективність роботи підприємства залежить не тільки від чітко окреслених складових та фінансових показників, але й від ефективності і правильності управління ними.

У даному випадку важливу роль відіграє саме система управління фінансовими ресурсами підприємства та її удосконалення.

Слід зазначити, що однією з важливих передумов її удосконалення є розробка дієвого управлінського механізму для найповнішої мобілізації та раціонального використання фінансових ресурсів суб'єктів господарювання. Оптимізація процесів формування й використання фінансових ресурсів залежить в першу чергу від системи управління, адже базові механізми їх ефективного функціонування потребують комплексного вирішення зазначених проблем. Для повного аналізу необхідно навести визначення управління фінансами підприємств.

Управління фінансовими ресурсами підприємства - це управління потоками вхідних і вихідних коштів підприємства для формування, розподілу і використання необхідних фінансових ресурсів, максимізації прибутку підприємства, підвищення рентабельності та платоспроможності [2].

Нераціональне використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності і, як наслідок, до можливих перебоїв у постачанні виробництва й реалізації продукції, невиконання плану прибутку від операційної діяльності, збільшення відсотків за банківський кредит, зростання економічних санкцій за рахунок прибутку, що залишається в розпорядженні підприємства.

Задля уникнення всього вищезазначеного необхідно своєчасно здійснювати аналіз фінансового стану підприємства, який покаже, за якими конкретними напрямами потрібно проводити аналітичну роботу, дасть можливість виявити найважливіші аспекти та найслабкіші позиції у фінансовому стані певного підприємства. Згідно з цим, результати фінансового аналізу нададуть відповіді на запитання, які найважливіші засоби слід застосовувати для поліпшення фінансового стану конкретного підприємства в конкретний період його діяльності.

Якщо ж, під час проведення аналізу у підприємства були виявлені певні нестабільні явища у роботі, то необхідним буде розгляд основних етапів ефективного управління фінансовими ресурсами.

До даних етапів належить: виявлення та формулювання проблеми чи задачі управління фінансовими ресурсами підприємств, прийняття управлінського рішення щодо використання фінансових ресурсів та

його реалізація, аналіз ефективності прийнятого рішення.

Нині, існує повноцінна система управління фінансовими ресурсами підприємства, які залежать від: розподілу джерел фінансування, трансформації фінансових ресурсів у капітал, трансформації грошового капіталу у матеріально-продуктивну форму, реалізації вартісного еквівалента виготовлення продукції.

Ефективність проведеного загального фінансового аналізу та адекватність кінцевих результатів поставленим завданням забезпечується доцільністю вибору інструментарію та обґрунтованістю такого вибору.

Ще одним важливим аспектом є проведення фінансового аналізу відповідно до ряду вимог, таких як: методологічна база комплексного аналізу має ґрунтуватися на таких методиках, які давали б можливість в обмежені терміни оцінити фінансовий стан суб'єктів господарювання; залежно від поставленого завдання щодо організації комплексної оцінки фінансового стану конкретного підприємства необхідно визначитись з оптимальною базою для порівняння значень аналітичних індикаторів; потрібно забезпечити формування групи показників, які в своїй сукупності відповідали б вимогам комплексної характеристики поточного стану підприємства і перспектив його подальшого розвитку.

Таким чином, задля попередження кризових явищ та покращення роботи підприємства, важливо тримати все під контролем (своєчасно оцінювати свій стан) та здійснювати комплексний аналіз фінансового стану відповідно до визначеної методики на підприємстві з використанням системи найбільш важливих показників.

Список використаної літератури

1. А.М. Поддєрьогін. Фінанси підприємства: підручник. Київ: КНЕУ, 2002. 460 с.

2. А. М. Поддєрьогін. Фінанси підприємства: підручник. Вид. 2-ге, переробл. і допов. Київ: КНЕУ, 2005. 384 с.

УДК 658

Неліпович О.В., магістрант, гр. ЗЕП-18м, ФБСО
Юшкевич О.О., к.е.н., доцент кафедри
менеджменту та підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

НАПРЯМИ МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Стимулювання, з точки зору керівництва організації, є тактикою задоволення певних мотивів працівника (в основному матеріальних, грошових) та дозволяє йому більш ефективно працювати. Одним з найголовніших завдань кожного підприємства стає пошук методів і способів, які б сприяли підвищенню ефективності роботи персоналу, адже відомо, що погано мотивований працівник не зацікавлений працювати заради добробуту підприємства, що у свою чергу призводить не тільки до втрат суспільного продукту, а й негативно позначається на динаміці економічного зростання країни в цілому.

Система мотивів і стимулів праці базується на нормативному рівні трудової діяльності, тобто входження працівника до системи трудових відносин передбачає, що за відповідну винагороду він має виконувати певні обов'язки. При цьому мета стимулювання полягає не тільки в тому, щоб спонукати людину працювати, а примусити її робити це краще, ніж передбачено трудовими відносинами, тобто ефективна система стимулювання повинна спиратися на результати трудової діяльності. Саме тому, професор О.В.Коваленко вважає, що система мотивації праці передбачає забезпечення комплексу заходів матеріального, морального, соціального напряму, що сприяють активізації діяльності персоналу у виробничому процесі для задоволення різноманітних його потреб, котрі розглядають як нагороду за трудові зусилля [1, с. 86].

Для того щоб підприємство було успішним потрібно мотивувати людей до праці. Часто менш здібні, але більш мотивовані люди досягають більших успіхів, ніж їх обдаровані товариші. керівництво організації формує у працівників два типи стимулів: довгострокові і короткострокові. Довгострокові типи стимулів мають спільні цілі між працівником і роботодавцем. Короткострокові - стимулювання до виконання виробничих планів і т.д. Що стосується довгострокової мотивація сприяє досягненню визначених професійних і службових цілей. Короткострокова мотивація визначає якість виконання конкретної трудової діяльності Тільки великі компанії сьогодні при

прийомі на роботу пропонують фахівцям високого рівня не тільки високу заробітну плату, а й соціальний пакет, що покриває частину важливих витрат життєдіяльності людини.

Розрізняють основні напрями мотивації праці персоналу:

– Матеріально-організаційний напрям – полягає в забезпеченні ефективної трудової діяльності через створення матеріальних цінностей, послуг, необхідних для задоволення людських потреб, виживання та існування людини й суспільства шляхом раціональної, ефективної організації виробництва, праці та заробітної плати на підприємстві.

– Соціально-економічний напрям – знаходить свій через формування в робітника відповідних потреб, інтересів і ціннісних орієнтацій, відбувається осмислення його місця в суспільному виробництві, розвиваються трудові здібності.

– Морально-психологічний напрям – розкривається через сприяння становленню гідної, свідомої, морально-сталої особистості, розвиває в людині самоповагу, високі морально-етичні принципи, позитивне світосприйняття.

Існують суттєві індивідуальні відмінності в потребах особистості. Крім того, характер спонукання до праці людини безперервно змінюється разом з її віком, інтелектуальним, моральним і емоційним розвитком. Мотиви діяльності особистості постійно змінюються під впливом об'єктивних і суб'єктивних факторів. Для успішного управління людьми менеджер повинен вивчати основні мотиви поведінки підлеглих, взаємовідносини, важелі впливу та можливі його результати. У разі цілеспрямованого впливу на активні якості працівників (такі, що піддаються безпосередньому впливу)можна також опосередковано поліпшити пасивні якості (такі, що не піддаються безпосередньому впливу). Умотивованість до інноваційної діяльності належить до першої групи (активних) якостей.

Сучасні українські підприємства застосовують різні методи мотивації: економічні соціально-психологічні, організаційно-адміністративні в залежності від ситуації та рівня економічного розвитку. Окрім матеріального стимулювання або можливостей індивідуального просування існують інші напрямки, що роблять мотивацію більш ефективною, а її результати - менш схильними до зміни впливу зовнішнього середовища. Серед них мотивуюча оцінка співробітників, розвиток навичок самомотивації, безперервне навчання. Мотивуюча оцінка співробітників дає можливість в точній формі довести загальнофірмові цілі до підрозділів та працівників, а потім заохотити їх на досягнення цих цілей. Таким чином забезпечується

узгодженість цільової структури організації.

Основою аналізу мотивації та стимулювання трудової діяльності персоналу є наступні принципи:

– розгляд стимулювання праці як елементу системи управління персоналом підприємства;

– багатоаспектність аналізу системи стимулювання праці на основі наявних документів та інших джерел інформації, в т.ч. опитування і анкетування персоналу;

– методична багатоваріантність аналізу системи стимулювання праці;

– обов'язковий аналіз забезпеченості системи стимулювання праці нормативно-регламентуючими документами;

– об'єктивність отриманих результатів і висновків аналізу, з підтвердженими висновками фактичних і розрахункових показників;

– аналіз системи стимулювання праці з точки зору задоволеності персоналу підприємства;

– регулярність проведення аналізу системи стимулювання праці.

Переконані, що для створення ефективної системи мотивації слід, в першу чергу, чітко визначити цілі, які ставить перед собою організація. Заохочення і винагороди повинні точно відповідати результатам діяльності співробітників. Керівництву необхідно створювати свою власну модель мотивації (можливо, з огляду на досвід інших організацій), яка найкращим чином буде відповідати цілям організації і умовам її функціонування.

Таким чином, для формування ефективної мотивації і стимулювання праці персоналу, керівництву організації необхідно дотримуватися конкретних правил, а саме:

– визначити мету і роль для кожного працівника організації;

– сформувати довгострокові і короткострокові плани по мотивації і стимулювання (спираючись на внутрішні і зовнішні чинники мотивації);

– можливість кар'єрного росту співробітників організації.

Література:

1. Коваленко О.В. Дослідження впливу стимулювання персоналу підприємства на продуктивність праці. / О.В. Коваленко // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2016. – Вип. 2 (02). – С. 84 - 91

УДК 330.338:65.016

Ніков В. Ю., магістрант
Науковий керівник: Семерунь Л.В., к.е.н., доцент
Одеський національний політехнічний університет

ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах розвитку ринкових відносин змінюється місце фінансів в господарському механізмі. На другий план відходить їх розподільне призначення, і все більш посилюється дія фінансового механізму на всі сторони економічного життя. Підприємство в процесі діяльності постійно піддається дії таких негативних чинників, як нестабільність законодавчої і податкової системи, значний податковий прес, взаємні неплатежі. У даних умовах досягнення стійкого розвитку стає складнішим, але в той же час життєвим важливим завданням кожного господарюючого суб'єкта.

Як свідчать дані офіційної статистики значна частка промислових підприємств України має незадовільну структуру капіталу та відчуває нестачу власних оборотних коштів (табл.1). За даними таблиці бачимо, що за останні роки в середньому показник власного капіталу в сумі загального капіталу становить приблизно 20,3%, а показник позикового 79,7%. Така структура капіталу свідчить про наявні проблеми в управлінні фінансовим станом та вимагає розробки й впровадження нових методів діагностики для відновлення платоспроможності та прибутковості промислових підприємств.

Таблиця 1

Аналіз структури капіталу промислових підприємств України у 2016-2019 рр.

Показники	на 1.01.2016	на 1.01.2017	на 1.01.2018	на 1.01.2019
Капітал підприємств, усього, млн.грн.	2415763,6	2723588,1	2864283,8	2925152,9
- у тому числі, власний капітал, %	21,6	18,0	17,6	23,8
- у тому числі, позиковий капітал, %	78,4	82,0	82,4	76,2
Власний оборотний капітал, млн.грн.	-668128,8	-760748,8	-765999,3	-663421,7

**Складено автором за даними [1]*

Першочерговим етапом для покращення фінансового стану сучасних підприємств є пошук оптимального співвідношення власного і позикового капіталу. Це забезпечить мінімальний фінансовий ризик за максимальної рентабельності власного капіталу. Єдиної рекомендація для формування такого співвідношення немає: кожне підприємство має визначати його відповідно до специфіки своєї виробничо-господарської діяльності [2].

Основними характеристиками фінансового стану підприємства є: фінансова стійкість, ліквідність, платоспроможність, рентабельність, ділова активність. Головним показником фінансового стану виступає фінансова стійкість підприємства.

Фінансово стійкими можна назвати такі підприємства, які власними коштами можуть покрити вкладені активи і не допускати заборгованість по виплатах. Платоспроможність та ліквідність підприємства – найважливіші характеристики його фінансового стану, що мають пріоритетне значення для кредиторів, інвесторів, податкових органів та самого підприємства. У фінансовому плані ділова активність підприємства – це швидкість обороту його засобів

Значну увагу при управлінні фінансовим станом слід приділити питанню дебіторської заборгованості, яка прямо впливає на розмір наявних грошових коштів. Для її оптимізації потрібно вибрати найбільш доцільні терміни платежів та форми розрахунків із споживачами (попередня оплата, з відстрочкою платежу, за фактом відвантаження продукції).

Фінансова діагностика господарюючого суб'єкта передбачає систематичну та всебічну оцінку діяльності даного підприємства та використовує різноманітні методи аналізу.

Вагоме значення діагностики фінансового стану суб'єкта господарювання полягає у її призначенні для виконання низки завдань, виділимо основні з них:

– окреслення стану діяльності підприємства;

– здійснення прогнозу фінансового стану підприємства;

– виявлення факторів, що можуть або вже вплинули на фінансові параметри господарюючого суб'єкта;

– ідентифікація ймовірних шляхів поліпшення чи регенерації стану функціонування підприємства;

– звуження інформаційної нерозмірності між особами, що відповідають за прийняття фінансових рішень, та об'єктом управління [3].

Таким чином, своєчасна та якісна діагностика фінансового стану є

головною умовою для прийняття управлінських рішень, які спрямовані на вирішення питаннь розвитку підприємства, покращення його ефективності, прибутковості та конкурентоздатності на ринку.

Література

1. Офіційний web-сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу з http://www.ukrstat.gov.ua.

2. Готра В.В., Діагностика фінансового стану підприємства та шляхи його покращення / В.В. Готра, В.В. Ріпич, А.В.Дячок / Економіка і суспільство. - Випуск 8, 2017.

3. Лук'янова В.В. Діагностика фінансового стану підприємства та шляхи його поліпшення / В.В. Лук'янова, О.О. Лабунець/ Класичний приватний університет, 2018.

УДК 005.5:331.101.6

Носко Н.В., ст. преподаватель,
УО «Брестский государственный технический университет»,

ПРОЦЕСС УПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЕМ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА В СТРОИТЕЛЬСТВЕ

Управлению производительностью, в том числе управлению производительностью труда были посвящены работы зарубежных авторов: Э. Денисон, С. Фабрикант, О.Г. Сайманова, В.Н. Гапизов. Отметили необходимость системного подхода к управлению производительностью труда А.Е. Аврутин, В.А. Тарловская.

Экономический механизм управления повышением производительности труда в строительстве рассмотрел А.Е. Аврутин [1].

Проблеме развития теории производительности труда и ее повышению уделялось огромное внимание. Данная проблема анализировалась в большом числе монографических работ, научных статей и публикаций. Однако проблема управления повышением производительности труда конкретно в строительстве рассматривалась не слишком часто.

Управление как вид человеческой деятельности является сложным социально-экономическим явлением, включающим способы выбора целей, средства и методы их достижения, структуру и информационные связи, технологию и кадры управления.

Проблема управляемости стала остро на современном этапе развития производства, что обусловлено резко возросшими его масштабами и сложностью, появлением новых технологий, увеличением количества внешних и внутренних связей и т.д. Это усложнение привело к большей уязвимости системы управления. Поэтому основные ее характеристики, проблемы следует рассматривать в отраслевом масштабе.

Отрасль строительства имеет свою организационно-экономическую и технологическую специфику. Эта специфика проявляется, во-первых, в территориальной закрепленности объектов строительства, удаленности от основной производственной базы и подвижного характера работ. Во-вторых, строительной продукции присуща индивидуальность, а так же влияние на нее естественных природно-климатических факторов, гидрогеологических, рельефных особенностей участка строительства, сезонности производства работ. В-третьих, многообразие производственных, организационных и финансовых связей участников строительства, использование широкой номенклатуры ресурсов.

К специфике системы управления можно отнести: наличие значительной иерархичности линейной структуры, большого количества организаций основного звена производственных единиц, рассредоточенность производства и определенное влияние сезонности, нехватка трудовых ресурсов, недостаточный уровень престижности профессии строителя и др.

Названные факторы свидетельствуют о сложности объекта управления в строительстве. К тому же строительство только по материально-техническому обеспечению связано более чем с 70 отраслями народного хозяйства [2].

Одной из основных проблем нынешнего кризисного состояния в строительной отрасли является существенное падение производительности труда. Между тем известно, что главной основой реального экономического роста, усиливающего позиции страны на мировых рынках, является повышение производительности труда и конкурентоспособности продукции.

Рост производительности труда обеспечивает увеличение объемов производства продукции (оказания услуг) при заданном (уменьшенном) объеме рабочего времени и, следовательно, сокращение затрат рабочего времени на единицу произведенной продукции (оказанных услуг).

В современной ситуации важно, чтобы коммерческие организации стремились выполнять установленные задания по увеличению объемов

производства не столько посредством увеличения численности персонала и осуществления дополнительных вложений других производственных ресурсов, сколько на основе роста производительности труда. Чем в большей степени увеличение объема производства продукции (оказания услуг) обеспечивается за счет повышения производительности труда, тем интенсивнее развивается производство, тем выше его эффективность.

Следствиями роста производительности труда являются сокращение времени выполнения заказов клиентов, экономия материальных затрат, снижение себестоимости продукции (услуг). Поэтому знание процесса управления повышением производительности труда, выполнение его принципов является одним конкурентных преимуществ предприятия.

Процесс управления повышением производительности труда – последовательность действий по непрерывному улучшению результатов деятельности сотрудников, подразделений и предприятия в целом [3].

Данный процесс характеризуется цикличностью, поскольку повышение эффективности труда требует постоянного мониторинга и оценки соответствия результатов труда требованиям и ожиданиям организации, анализа факторов и резервов повышения производительности персонала.

Объектом управления выступает: персонал предприятия, его результаты труда, рабочее место, рабочее время.

К субъектам управления относятся: высшее руководство (установление объемов и сроков выполнения работ, участков перемещения бригад с объекта на объект, составление графиков движения рабочих); линейные руководители (координация и контроль за выполнением работ); кадровые подразделения (поддержание и повышение эффективности труда); работники – исполнители работ.

Основными принципами процесса управления повышением производительности труда в строительстве являются [4]:

– системный подход к исследованию проблем производительности труда и разработки программ повышения эффективности труда. Эффективность мероприятий по повышению производительности труда значительно выше в случае осуществления единой системы мероприятий, чем тогда, когда мероприятия проводят разрозненно, поскольку на практике каждый фактор действует не изолированно, а во взаимодействии со многими другими;

– гибкость политики в области производительности труда, основанная на выработке новых подходов с учётом изменения ситуации внешней и внутренней средах предприятия, периодическом пересмотре

мер регулирования производительности труда, изменение практики управления и т.д.;

– измерение, контроль и оценка производительности труда по всем бизнес-процессам предприятия, включая управление персоналом;

– согласованность действий всех уровней управления, достижение краткосрочных и долгосрочных результатов деятельности организации;

– вовлеченность персонала как ключевой фактор эффективности труда и повышение производительности.

Процесс управления повышением производительности труда включает 3 основных подпроцесса [3]:

– анализ управления производительностью труда: сбор и анализ информации о производительности труда на уровне работника, подразделения и предприятия, выявление проблем, места и причины их возникновения, определение факторов и резервов ее повышения;

– планирование, разработка и реализация мер по повышению эффективности труда – принятие мер по устранению и предупреждению проблем в сфере управления производительностью труда;

– анализ и оценка результатов управления производительностью труда, полученных в ходе реализации мер в области ее повышения. Применение мер должно обеспечивать отдачу от вложенных в их осуществление средств предприятия, измеряемую экономическими показателями – рост производительности труда, снижение уровня брака и потерь рабочего времени, сокращение трудозатрат и т.д.

Кроме того реализация предложенных мероприятий должна способствовать улучшению неэкономических показателей строительного предприятия: рост удовлетворенности потребителей строительной продукцией, повышение лояльности и вовлеченности персонала, стабильность штата, удовлетворенность работников, повышение интенсивности предложений по улучшению работы и т.д.

Таким образом, изучение процесса управления повышением производительности труда с учетом специфики строительной отрасли требует особого внимания и подхода как со стороны отдельных предприятий, так и со стороны отрасли в целом.

Список использованных источников:

1. Аврутин, А.Е. Совершенствование управления производительностью труда в строительстве / А.Е. Аврутин. – Л.: Стройиздат, Ленинградское отд-ние, 1986. – 184 с.

2. Сайманова, О.Г. Управление производительностью в строительстве на примере строительных предприятий Самарской области: дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / О.Г. Сайманова. – М., 2000.

– 150 с.

3. Процесс управления производительностью труда [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://studref.com/310668/menedzhment/protsess_upravleniya_proizvoditelnostyu_truda. – Дата доступа: 11.10.2019.

Управление производительностью труда в условиях кризиса [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.up-pro.ru/library/production_management/productivity/kak-ypravliat.html. – Дата доступа: 11.10.2019.

УДК 330.322

Овандер Н. Л., к.е.н., доцент
кафедри цифрової економіки та
міжнародних економічних відносин
Дорохов М.О., магістрант, гр. ЗПВ – 18 М, ФБСО
Державний університет «Житомирська політехніка»

РЕЙТИНГОВА ОЦІНКА ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРАТ «ФАВОРИТ КОМПАНІ»

За сучасних умов господарювання, коли зовнішнє середовище швидко змінюється, успішний розвиток будь-якого суб'єкта господарювання стає можливим тільки за умови здійснення ним інвестиційної діяльності. Проблемам управління інвестиціями були присвячені роботи таких вітчизняних та закордонних науковців як: І.О. Бланк, Т.В. Майорова, А.А. Пересада, В.Г. Федоренко, У.Шарп та багато інших.

Як зазначають більшість вчених, інвестиційна діяльність починається саме з оцінки інвестиційної привабливості об'єкту інвестування (Рис. 1). Інвестиційна привабливість підприємства – це сукупність показників, які комплексно характеризують діяльність суб'єкт господарювання і вказують на доцільність укладення в нього тимчасово вільних коштів. Безпосередньо процес оцінки інвестиційної привабливості передбачає прийняття потенційним інвестором остаточного рішення про доцільність або недоцільність вкладення коштів в даний об'єкт. Саме від того, наскільки підприємство є цікавим для інвестора, залежить стабільність його подальшого розвитку.

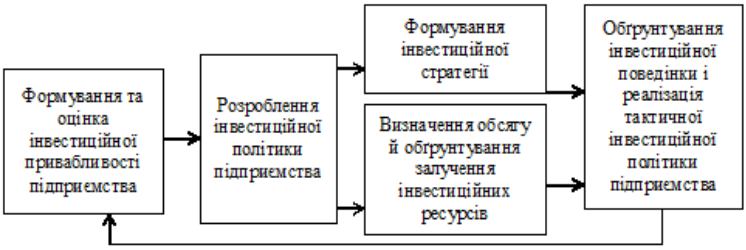


Рис. 1. Послідовність здійснення інвестиційної діяльності підприємства [1, с. 173]

Для аналізу інвестиційної привабливості ПрАТ «Фаворит компані» була обрана методика рейтингової оцінки. При складанні рейтингу аналізуються дві групи показників, які характеризують інвестиційну привабливість. Оцінка параметрів показників, що входять в рейтингову оцінку скоригована з урахуванням динаміки (табл. 1).

Таблиця 1

Рейтингова оцінка інвестиційної привабливості ПрАТ «Фаворит компані»

Показники	2017 рік	Бальна оцінка	2018 рік	Бальна оцінка
Рентабельність продажу, %	27,80	2	13,30	1
Рентабельність активів, %	0,70	0	1,20	1
Рентабельність власного капіталу, %	21,62	2	21,40	2
Частка зносу основних засобів, %	0,41	1	0,37	1
Рентабельність оборотних активів, %	15,1	2	6,50	1
Коефіцієнт поточної ліквідності	0,70	0	0,80	0
Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,30	0	0,50	1
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,02	0	0,30	2
Коефіцієнт забезпеченості оборотних активів власними коштами, %	-0,49	-1	-0,29	-1
Коефіцієнт автономії, %	0,10	0	0,05	-1
Сума балів	-	5	-	7

З даних, наведених в табл. 1, видно, що інвестиційна привабливість ПрАТ «Фаворит компані» з цілому збільшилась у 2018 році на у порівнянні з 2017 роком. Основними причинами стало зростання

рентабельності активів підприємства у звітному періоді, а також коефіцієнтів ліквідності.

Список літератури

1. Бушовська Л.Б. Управління інвестиційною діяльністю як важливий складник економічної безпеки підприємства. *Економіка і суспільство.* 2017. №11. С. 170-176.

УДК: 338.2

Онищенко О.А., кандидат наук з державного управління, доцент
Бахметова Я.Ю. магістрант факультету менеджменту,
Запорізький національний університет

КОНТРОЛЬ У СФЕРІ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ

Після прийняття Закону України «Про публічні закупівлі» від 25.12.2015 № 922-III (далі – Закон) утворилася екосистема стейкхолдерів – тих, хто причетний до процесу закупівель, зокрема – це контролюючі органи, громадськість, замовники, учасники тощо.

Стосовно повноважень, функцій та переліку органів, які відповідно до Закону виконують державний контроль у сфері публічних закупівель існує низька питань, які потребують обговорення.

Практика розгляду звернень, що надходять на адресу Держаудитслужби, свідчить про існування частини стейкхолдерів (найчастіше – учасники закупівель та громадськість), які не розмежовують повноваження контролюючих органів та систематично звертаються до них із вимогами, розгляд яких зовсім не належить до їхньої компетенції. Результатом таких звернень, як наслідок, є: відсутність бажаних результатів; марне витрачання грошових коштів (приклад: при направленні скарг до Антимонопольного комітету України з питань, що не належать до його повноважень, плата за подання такої скарги зараховується до Державного бюджету України й не повертається суб'єкту); марне витрачання робочого часу працівників контролюючих органів.

У ст. 9 Закону зазначено функцію громадського контролю у сфері публічних закупівель. На практиці спостерігається, що громадськість не лише інформує про факти можливих порушень, а й зазначає контролюючим органам шляхи вирішення порушених питань.

Звернення, які надходять до центральних органів виконавчої влади, стосовно об'єктів, які не належать до мережі підконтрольних (за територіальним поділом), перенаправляються до їхніх територіальних органів.

Таким чином, всі ці питання спонукають розібратися і визначити, які органи відповідно до Закону здійснюють контроль у сфері закупівель.

Антимонопольний комітет України (далі – АМКУ) є органом оскарження. З метою якісного, самостійного та ефективного захисту прав та інтересів осіб, пов'язаних з участю у закупівлі, у складі АМКУ відповідно до Закону України «Про Антимонопольний комітет України» створено адміністративну колегію, яка розглядає скарги щодо порушення законодавства у сфері публічних закупівель, зокрема, яка діє на постійній основі (далі – Колегія).

При оскарженні процедури закупівлі або здійснення контролю за виконанням рішень органу оскарження необхідно звертатися до АМКУ.

Розглянемо повноваження Державної аудиторської служби України, яка відповідно до Закону є центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері фінансового контролю, здійснює контроль у сфері публічних закупівель у межах своїх повноважень, визначених Конституцією, Законом та іншими законами України.

Насамперед слід зазначити, що відповідно до норм Закону України «Про основні засади здійснення державного фінансового контролю в Україні» серед основних завдань Держаудитслужби є виконання державного фінансового контролю за дотриманням законодавства про закупівлі. Контроль за дотриманням законодавства здійснюється через проведення моніторингу закупівлі у порядку, що встановлений Законом, проведення перевірки закупівель, а також під час державного фінансового аудиту та інспектування.

Варто розглянути відносно новий різновид державного фінансового контролю Держаудитслужбу – моніторинг закупівлі, який полягає в аналізі дотримання замовником законодавства у сфері закупівель на всіх стадіях процедури закупівлі з метою запобігання порушень Закону.

До Держаудитслужби також надходять звернення щодо здійснення моніторингу закупівель. Як правило, заявниками не враховані доручення Держаудитслужби та вимоги порядку здійснення моніторингу публічних закупівель, що визначені ст. 71 Закону. Такого плану звернення зазвичай надходять: після оприлюднення замовником на веб-порталі Уповноваженого органу звіту про виконання договору; від установ, організацій, підприємств та громадян; стосовно тих порушень, обставин, підстав, які були або є предметом розгляду органу

оскарження.

Ключовим та центральним органом виконавчої влади, який реалізує державну політику у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів, є Державна казначейська служба України(далі – Казначейство).

Основним завданям Казначейства є контроль за дотриманням розпорядниками та одержувачами бюджетних коштів, іншими клієнтами вимог законодавства у сфері закупівель в частині наявності, відповідності та правильності оформлення документів.

Казначейство у визначених Законом випадках вживає заходи з недопущення здійснення платежів з рахунка замовника та проводить оперативний контроль закупівель під час реєстрації й оплати договорів.

Наприклад, до проведення оплати за договором про закупівлю Казначейство виконує перевірку наявності договору про закупівлю, річного плану закупівель та звіту про результати проведення процедури закупівлі.

Рахункова палата відповідно до Закону України «Про Рахункову палату», яка спеціально створена для контролю за надходженням та витрачанням коштів Державного бюджету України, перевіряє публічні закупівлі за допомогою державного зовнішнього фінансового контролю (аудиту), а предметом її перевірки не можуть бути закупівлі за кошти місцевих бюджетів та власні кошти підприємств.

Таким чином, саме органи державної влади та органи місцевого самоврядування, їхні посадові особи повинні діяти на підставі, в межах повноважень та у спосіб, що передбачені Конституцією та законами України. Звертаючись за захистом своїх інтересів або в порядку ст. 9 Закону, доцільно враховувати повноваження контролюючих органів задля досягнення бажаного результату.

Література

1. Про публічні закупівлі: Закон України від 25.12.2015 р. № 922-VIII. *Відомості Верховної Ради*. 2016. № 9. Ст.89.

2. Налісна Ю. Хто контролює публічні закупівлі. *Фінансовий контроль.* URL: https://fincontrol.com.ua/news-public.php?id=183

УДК 330

Панченко Вікторія, к.і.н.,
голова ц/к гуманітарних та
природничих дисциплін
Житомирського торговельно-
економічного коледжу КНТЕУ

ЗАОЩАДЖЕННЯ ТА ЇХ РОЛЬ В ЕКОНОМІЦІ ОЧИМА МОЛОДІ

Творцями нашого сьогодення і тим паче майбутнього є молодь. Тому закладені в її світогляд ціннісні установки та переконання згодом стануть основою для розвитку держави. Звідси важливо з'ясувати засади економічної культури та поведінки юного покоління аби розуміти перспективи нашої країни та мати змогу коректувати виявлені тенденції. З огляду на це метою пропонованої розвідки є виявлення позиції студентства щодо заощаджень як джерела інвестицій в економіку України на основі аналізу результатів проведеного у жовтні 2019 р. соціологічного дослідження.

На сучасному етапі розвитку економіки України особливе значення набуває така категорія, як «заощадження населення». По-перше, обсяг заощаджень є одним з індикаторів стану економіки країни: збільшення обсягу заощаджень, з одного боку, свідчить про підвищення рівня грошових доходів населення, а з іншого - вказує на прагнення населення сформувати резерв фінансових ресурсів на випадок несприятливих ситуацій, як це було наслідком світової фінансової кризи 2008-2009 рр. По-друге, заощадження населення можна розглядати як одне з джерел інвестування економіки країни [4]. Для реалізації поставленої мети протягом жовтня 2019 р. було опитано шляхом анкетування 200 студентів Житомирського торговельно-економічного коледжу КНТЕУ у віці 14-16 років.

За матеріалами опитування виявилось, що 87% молодих людей наполягає на обов'язковості заощаджень як буденної практики для пересічного українця, а також 64,8% із них вважають себе ощадливими людьми Це вкладається у загальнодержавні тенденції поведінки населення в умовах економічної кризи. Адже за даними НБУ протягом останніх років зберігалися повільні темпи економічного зростання і недостатнє зростання внутрішнього виробництва, помітно посилився інфляційний тиск. До того ж, спостерігається недостатній обсяг інвестування, проблеми зі своєчасним освоєнням грошей фінансових організацій та інших фондів на інфраструктурні проекти; частка

непрацюючих кредитів в українській економіці сягнула 54,31% (станом на жовтень 2018); спостерігалися проблеми з відшкодуванням підприємствам ЖКГ пільг та субсидій тощо. [1]

Яка ж першочергова мета заощаджень для сучасної молоді? Для 80,7% респондентів – це відкладання коштів для придбання певної вартісної речі (в першу чергу техніки), 6,5 % просто не люблять марнотратства, 5% економлять про всяк випадок («на чорний день»), 4% - не визначились. Ці показники демонструють нам явну недовіру молодих людей до кредитних установ. Адже на запитання про джерела коштів на термінові витрати всі (!) опитані відхилили варіант взяття кредиту у банку, ломбарду чи позики в іншої фінансової установи. Причиною цього є сумний досвід банківської сфери в Україні останнього десятиріччя, коли часто відбувався фінансовий крах банків через неефективну та ризиковану кредитну політику, характерними рисами якої були висока ставка по кредиту, неврегульованість нормативно-правової бази дозволяла укладати завідомо невигідні угоди з клієнтами [5, с. 794].

Ще однією цікавою тенденцією є відкладання коштів для непередбачуваних екстрених витрат. Вона була закладена ще в радянські часи і потужно вкоренилась у нашому менталітеті, передаючись із покоління в покоління. Винною у цьому є стабільна державна нестабільність, коли кожен новий уряд несе радикальні зміни у соціально-політичне життя, при чому часто суперечливого або відверто протилежного характеру. Як наслідок, фінансову сферу і країну загалом лихоманить, а народ звикає «страхуватись». Звідси і схильність тримати заощадження при собі, нікуди їх не вкладаючи. Адже при невпевненості у завтрашньому дні, громадянинові гроші можуть знадобитись у будь-яку хвилину, а із бізнесу їх швидко не виведеш.

На запитання про способи заощаджень респонденти відповіли, що за необхідності в першу чергу будуть економити: на розвагах – 32%, на освіті – 30%, на транспорті – 14%, на продуктах харчування – 11%, на одязі – 9%, важко відповісти – 4%. Тобто отримані результати цілком вкладаються у т.зв. піраміду потреб А. Маслоу якщо її розглядати у зворотному порядку: спочатку відкидають духовні потреби, потім комфорт-безпеку і лише тоді скорочують фізіологічні запити.

Найкращими способами збереження заощаджень молодь визнала: банківський депозит 46,9%, банківський депозитарій – 25%, домашнє зберігання – 21,9%, вклад у акції підприємства – 6,2%. Тобто спостерігається деяка суперечливість: при тотальному запереченні банківських кредитів бачимо значну довіру до депозитів (71,9%!).

Такий перекіс вимушений – загальна недовіра до фінустанов як була, так і лишається, однак при значному рівні інфляційних процесів в країні депозит – єдина можливість зберегти свої капітали від знецінення. Адже за даними Міністерства фінансів індекс інфляції в Україні у вересні 2019 р. склав 100,7 % [2]. Підтверджує наші висновки і той факт, що всупереч всьому 21.9% наполягає на домашньому зберіганні фінансів. Подібне ставлення населення ще більше шкодить державі, адже у той час коли уряд бере позики у МВФ, значні суми внутрішніх українських коштів умисно виводяться із обігу і лежать мертвим грузом «під подушкою».

У ході дослідження респондентів попросили оцінити схильність українців до інвестування власних заощаджень у вітчизняну економіку. При цьому отримали відповідь, що із загального числа готові до подібної діяльності: 10% осіб – вважає 20,5% опитаних, 20% осіб – 14,1% опитаних, 30% - осіб – 7,7% опитаних, 40% - 51,3% опитаних і нарешті більше 50% - лише 6,4% опитаних. Із наведеної статистики бачимо, що молодь не довіряє державі і не хоче ризикувати аби її підтримати у скрутну годину. Тому вважаємо цілком слушною думку дослідниці Н. Василиги про те, що відсутність в Україні належного інвестиційного ринку; невиконання основними учасниками інвестиційного процесу покладених на них функцій; недостатній рівень фінансових комерційних посередників; невисокий рівень отримуваного доходу основними групами населення; значна частка споживчих витрат; розширення тіньового сектору економіки і необхідність легалізації таких доходів; слабке інформування домогосподарств у сфері інвестиційних можливостей і негативний досвід, отриманий у ході проведення першого етапу приватизації; здійснення інших інвестицій є основними причинами низької інвестиційної активності домогосподарств за сучасних нестабільних умов економічного розвитку [3, с. 93].

Як же боротись із такими негативними тенденціями у сфері інвестування? Молодь дає такий рецепт: проводити просвітницькі кампанії і курси фінансової грамотності – 43,2%, створювати пільгові умови вкладів – 28,5%, а також подавати приклад відомим політикам та митцям, які б зберігали кошти у національних банках чи акціях, а не у закордонних офшорах – 25%.

Таким чином, розвиток України як демократичної держави із сучасною економікою може стати ефективнішим лише за умови активного залучення молоді, оскільки її творчий потенціал та соціальний ресурс є одним з найважливіших основ модернізації суспільства. Разом із тим, зважаючи на виявлені у дослідженні

тенденції, необхідні розробка та реалізація активної державної політики, яка з однієї сторони, полягає у стимулювання активної життєвої позиції юнацтва, усвідомлення ним відповідальності за своє майбутнє і країни в цілому, а з іншої – у забезпечення стабільності банківської системи і національної грошової одиниці з метою уникнення знецінення та втрати фізичними особами їхніх заощаджень; у розбудові фондового ринку, його інфраструктурного забезпечення з метою підвищення доступності до нього індивідуальних інвесторів; у розвитку будівництва та спрощення доступу домогосподарств до ринку нерухомості.

Джерела та література:

1. [Без автора] Економічні підсумки та перспективи України: прогрес, регрес чи статус-кво?: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://icps.com.ua/ekonomichni-pidsumky-ta-perspektyvy- ukrayiny-prohres-rehres-chy-status-kvo/

2. [Без автора] Індекс інфляції в Україні: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://index.minfin.com.ua/ua/economy/ index/inflation/2019/

3. Василига Н. А. Сутність і функції домогосподарства як суб'єкта ринкових відносин / Н. А. Василига // Державне управління: теорія та практика – 2016. - №1. – С. 84-94.

4. Іваницька О. Заощадження населення як джерело розвитку інноваційної діяльності на макрорівні: [Електронний ресурс] / О. Іваницька, В. Борсук, В. Яковенко. – Режим доступу: http://ktpu.kpi.ua/wp-content/uploads/2016/02/ZAOSHHADZHENNYA.pdf

5. Швець Ю. Сучасний стан банківського кредитування в Україні: проблеми та перспективи / Ю. Швець, О. Горбачов // Економіка і суспільство. – 2018. – Вип.15. – С. 793-798.

УДК 331.103.15

Панченко Д.О., магістрант кафедри
цифрової економіки та міжнародних
економічних відносин,
Державний університет «Житомирська політехніка»

СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНІ НАСЛІДКИ МОЛОДІЖНОГО БЕЗРОБІТТЯ

Сучасна нестабільна ситуація в Україні все більше впливає на всі сторони соціального життя населення. Особливо відчутно вона позначилась на ринку праці, що спричинило ріст такого негативного явища, як безробіття. В особливо скрутному становищі опинилась молодь, адже на ринку праці утворюється нестача робочих місць для молодих фахівців. В результаті процес зростання рівня незайнятості молоді має негативні економічні та соціальні наслідки для населення країни, оскільки молоді люди є основними носіями інтелектуального потенціалу суспільства і джерелом поповнення людських ресурсів.

Загалом безробіття – це явище, яке породжує наступні негативні соціально-економічні та соціально-психологічні наслідки:

1. Незайнята робоча сила означає недостатнє використання економічного потенціалу суспільства, прямі економічні втрати.

2. Під час тривалого безробіття працівник втрачає кваліфікацію, а отримання нової кваліфікації й адаптація до нових умов часто проходять для нього важко.

3. Безробіття веде до прямого занепаду раніше досягнутого рівня життя. Допомога по безробіттю завжди менша від заробітної плати, має тимчасовий характер. Зростання безробіття знижує купівельний та інвестиційний попит, скорочує обсяг заощаджень у населення.

4. Сам факт безробіття завдає людині важкої психологічної травми, яку можна порівняти з найбільш неприємними обставинами.

Багато соціологів навіть пов’язують зростання рівня злочинності в суспільстві зі зростанням безробіття. Безробіття може призвести до погіршення відносин в сім’ї. У дітей в сім’ях безробітних частіше зустрічаються відхилення в поведінці. У дружини безробітного виявляється той же психологічний стан, що і у нього самого.

У безробітних спостерігаються пасивність, розгубленість, фрустрованість, невміння і нездатність адаптуватися в соціально-економічних умовах, що різко змінилися, інфантильність і споживацька позиція. Відтак, безробіття є могутнім джерелом стресу для всіх, хто так чи інакше потрапляє в поле його дії.

Вчені вважають, що молодіжне безробіття породжує соціальну агресію і збільшує кримінальність суспільства. Зниження життєвого рівня, що пов'язано з безробіттям, змушує безробітного і його сім'ю витрачати заощадження і продавати цінні речі, щоб забезпечити достатній рівень життя. Якщо в перші місяці безробіття звільнена з роботи людина ще може використовувати раніше накопичені заощадження і отримувати допомогу по безробіттю, то через рік вимушеного безробіття вона позбавляється матеріальної підтримки з боку держави, що примушує опускатися нижче межі бідності. Бідність породжує соціальну та політичну апатію.

Чим більше людина без роботи, тим важче їй знайти нове робоче місце. Це пов'язано з тим, що соціальні зв'язки, за допомогою яких можна отримати інформацію про можливості працевлаштування, порушуються. І до того ж роботодавці не поспішають брати на роботу безробітних осіб.

Для роботодавця тривале перебування людини без роботи є негативною характеристикою. Це має раціональне пояснення, оскільки з часом втрачається кваліфікація. Труднощі безробітного поглиблюються ще і тим, що в службу зайнятості подаються заявки не про всі вакансії, і тому працюючій людині легше отримати інформацію про незаявлені вакансії, ніж безробітному, який вимушений задовольнятися інформацією, одержаною в службі зайнятості.

Соціальна сутність молодіжного безробіття полягає в тому, що вимушено непрацюючі особи, які існують не на зароблені кошти, а на допомогу, маргіналізуються, не знаходячи самовираження в праці, і якщо безробіття стає тривалим, втрачають професіоналізм, виробничі навички, зневіряються і можуть деградувати як особистості.

Отже, наслідки молодіжного безробіття є руйнівними для соціального життя населення. Тому влада має якнайшвидше вирішувати цю проблему. Адже, боротьба з безробіттям і забезпечення гідних умов для розвитку і життєдіяльності молодих фахівців має величезне значення для подальшого успішного розвитку суспільства.

Список літератури:

1. Фесенко А. Невирішеність проблеми працевлаштування як фактор соціального відчуження молоді / А.М. Фесенко // Педагогіка та соціальна робота. – 2014. – №6. – С. 51–56.

2. Чатченко Т. Молодіжне безробіття як одна з визначальних проблем соціально-економічного розвитку України та шляхи його вирішення / Т.В. Чатченко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2016. – №14. – С. 250–253.

УДК 330

Папп В., студент
Науковий керівник: Панченко В.С., к.і.н.
Житомирського торговельно -
економічного коледжу КНТЕУ

ПОНЯТТЯ ЗАОЩАДЖЕНЬ ГРОМАДЯН ТА ЇХ ФУНКЦІОНАЛЬНЕ ПРИЗНАЧЕННЯ

У багатьох країнах світу заощадження домашніх господарств розглядаються як джерело інвестування в економіку. Вони визначають спроможність національної економічної системи створювати капітал та є джерелом збільшення суспільного багатства. Для досягнення стратегічних цілей соціально-економічного розвитку України важливе значення має розширення та зміцнення фінансових стосунків домогосподарств з усіма сегментами фінансової системи: широке включення грошових доходів населення у формування бюджетних, кредитних і страхових ресурсів, участь домашніх господарств у капіталі підприємств і ринках фінансових інструментів. Тому стимулювання домашніх господарств до заощадження коштів та їх продуктивного використання є одним із головних завдань регулювання вітчизняної економіки. Цим і обумовлюється актуальність дослідження.

Заощадження населення – це економічне поняття, яке проявляється в наявності залишків доходів після витрат на поточне споживання [6, с. 151]. Ця категорія є однією з ключових в економічній теорії. Вона відіграє важливу роль у поясненні загальної економічної рівноваги, короткострокових коливань ділової активності та економічного зростання. Основним суб'єктом заощаджень у будь-якій державі є домогосподарства як елементарна економічна одиниця, що складається з однієї або більше осіб; постачає економіку ресурсами й використовує отримані гроші для купівлі товарів і послуг, які задовольняють потреби людини [8].

В розвитку економічної теорії заощаджень доцільно виокремити чотири етапи: 1) класична політекономія, в якій обґрунтована система поглядів на проблеми розподілу доходів, визначення проблеми споживання та заощаджень; 2) маржиналізм, де розкрито проблеми взаємозв'язку процента й ролі заощаджень у розвиток економіки; 3) кейнсіанська школа, коли було системно визначено особливе місце категорії «заощадження» серед фундаментальних економічних категорій; 4) монетаризм, за якого заощадження розглядаються у взаємозв'язку з доходами. Серед сучасних теорій вирізняється

біхевіористська (поведінкова) економічна теорія, яка розглядає вплив психологічних феноменів на прийняття людьми економічних рішень. Підтримуючи основні традиції класиків та кейнсіанців щодо важливості психологічних факторів під час здійснення економічної діяльності, представники цієї теорії не погоджуються з тезою про раціональну поведінку індивідуумів у кожній ситуації [2, с. 84–86].

Вітчизняна економічна наука теж має вагомі досягнення на поприщі дослідження проблеми заощаджень та їх призначення. Так, Т. Кізима зазначає, що заощадження – «це, передусім, складна і багатогранна економічна категорія, яка характеризує відносини, що виникають всередині домашнього господарства та між іншими економічними суб'єктами з приводу розподілу отриманих доходів та формування відповідних фондів грошових коштів, покликаних забезпечувати споживання або зростання доходів їхніх власників у майбутньому» [3, с. 201].

Подібного висновку дійшла також Л. Примостка. Дослідивши різні погляди на поняття «заощадження», науковець запропонувала тлумачити їх як «частину чистих сукупних доходів населення, яка формується за рахунок скорочення особистих витрат, спрямовується на нагромадження фінансових і нефінансових активів, є власністю економічного суб'єкта та призначена для підвищення його споживчого стандарту в майбутньому» [7, с. 21]. Разом із тим, заощаджувальна поведінка населення має психологічне забарвлення. Через це не існує єдиної відповіді на питання про те, що спонукає до заощадження загалом та до вибору певного виду активу зокрема.

Дослідник Коваленко В.В., розмірковуючи про різні трактування поняття, наголошує на таких сутнісних функціях заощаджень: 1) збільшення поточних витрат населення приводить до зменшення заощаджень та знижує його довгострокову фінансову стійкість; навпаки, збільшення заощаджень зумовлює скорочення поточного споживання; 2) в основі заощаджень лежить добровільне відкладання грошових коштів задля задоволення потреб, а саме забезпечення подальшого споживання або отримання додаткового доходу; 3) Ззаощадження – кошти, призначені для накопичення, можуть бути вкладені в різні види фінансових та нефінансових активів [4, с. 20–21].

У розвитку ощадних стратегій в Україні варто виділити ряд основних характеристик і тенденцій, зокрема: 1) взаємозв'язок схильності населення до заощадження зі зміною макроекономічних умов; 2) поява нових для пострадянського українського ринку організаційних форм заощаджень (наявна іноземна валюта, залишки на валютних рахунках, вкладення в цінні папери); 3) динамічне зростання

заощаджень у наявній іноземній валюті на руках у населення; 4) низький рівень заощаджень домашніх господарств, розміщених у цінних паперах; 5) збільшення сум, які спрямовуються домашніми господарствами в квазізаощадження (кошти, вкладені домашніми господарствами в матеріальні активи: коштовні камені й метали, антикваріат, картини, квартири й інші матеріальні об'єкти; вкладення, які досить ліквідні, дозволяють зберегти заощадження від знецінення або одержати додатковий дохід) [5, с. 5].

В Україні є об'єктивні передумови для створення ефективного механізму трансформації заощаджень сектора домашніх господарств у інвестиційні ресурси. Проте економічна сутність заощаджень припускає залучення їх до господарського обороту, але не означає їх автоматичне перетворення в інвестиції. Перевага ліквідності обумовлює можливість формування заощаджень населення в неорганізованих формах у вигляді нагромадження готівки в національній або іноземній валюті. Такі заощадження виключаються з інвестиційного процесу та впливають на економічне зростання. Вони призводять і до одночасного зменшення споживання як стимулу для здійснення інвестицій, і до зменшення інвестиційних ресурсів суспільства – основи його розвитку. Саме така ситуація характерна для нашої держави.

Відсутність в Україні належного інвестиційного ринку; невиконання основними учасниками інвестиційного процесу покладених на них функцій (низька ліквідність вітчизняного фондового ринку, що не дозволяє йому повною мірою виконувати покладені на нього завдання, слабкий розвиток інфраструктури); недостатній рівень фінансових комерційних посередників; невисокий рівень отримуваного доходу основними групами населення; значна частка споживчих витрат; розширення тіньового сектору економіки і необхідність легалізації таких доходів; слабке інформування домогосподарств у сфері інвестиційних можливостей і негативний досвід, отриманий у ході проведення першого етапу приватизації; здійснення інших інвестицій є основними причинами низької інвестиційної активності домогосподарств за сучасних нестабільних умов економічного розвитку [1, с. 85].

Отже, країни з ринковою та перехідною економікою не можуть розвивати своє господарство без залучення та ефективного використання інвестицій, які є важливою і невід'ємною складовою економічного та соціального потенціалу держави і, разом з тим, результатом ефективного використання потенційних ресурсних та інституційно-організаційних можливостей. Одним із суттєвих, проте

мало задіяних в українській економіці видом внутрішніх інвестицій є заощадження домогосподарств. Вони акумулюють значний капітал, що при ефективному використанні забезпечує країні доступ до сучасних технологій, науково-технічних розробок та нових принципів менеджменту. Проте зроблений нами аналіз свідчить про необхідність перегляду державної політики з питань інвестування та його гарантійного забезпечення, оскільки навіть наявні ресурси домогосподарств за належних умов та забезпечення мотиваційної складової можуть спрямовуватися в інвестування.

Джерела та література:

1. Василига Н. А. Сутність і функції домогосподарства як суб'єкта ринкових відносин / Н. А. Василига // Державне управління: теорія та практика – 2016. - №1. – С. 84-94.
2. Ватаманюк О. Заощадження в економіці України: макроекономічний аналіз: монографія. / О. Ватаманюк. – Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2007. – 536 с.
3. Кізима Т. Заощадження домашніх господарств: сутнісно-теоретичні та класифікаційні аспекти. / Т. Кізима // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 10 (113). – С. 200–206.
4. Коваленко В.В. Заощадження населення у забезпеченні фінансових ресурсів банків / В.В. Коваленко, О.С. Сергєєва // Гроші, фінанси і кредит. – 2019. – Вип. 28. – С. 275-283.
5. Котис Н.В. Місце і роль сектору домашніх господарств у суспільному відтворенні та економічному зростанні в Україні / Н.В. Котис // Научный журнал «Аспект». – Донецк: ООО «Цифровая топография». – 2014. – № 3(28). – С. 3–7.
6. Македон Г.М. Заощадження домогосподарств: економічна сутність та фактори впливу / Г.М. Македон // Сталий розвиток економіки. - 2015. - № 2. - С. 151–157.
7. Примостка Л. Заощадження населення України: формування та залучення в банки : монографія. / Л. Примостка, В. Шевалдіна – Київ : КНЕУ, 2014. – 234 с.
8. Семененко В. М. Економічна теорія. Політекономія [Електронний ресурс] / В. М. Семененко, Д. І. Коваленко. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/17761007/politekonomiya/ekonomichna_teoriya_politekonomiy

УДК 658.81

Пащенко О. П., к.е.н., доц. кафедри
менеджменту і підприємництва
Толочко М.С., магістрант, гр. ЗМО-18-2М, ФБСО
Державний університет «Житомирська політехніка»

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Здійснення збутової діяльності у значній мірі регламентується законодавчими і нормативними актами. Без такої регламентації неможливим є створення єдиної загальної системи правил та норм здійснення цивілізованої торгівлі. Окрім того, ринкові умови функціонування економіки є непостійними, динамічними, такими що постійно змінюються, що ставить перед сучасними підприємствами нові вимоги у сфері створення і задоволення потреб споживачів, а також пошуку легальних способів збільшення обсягів продажу та задоволення потреб покупців.

Основним нормативно-правовим актом, що регулює здійснення збутової діяльності в Україні, є Господарський кодекс (скорочено – ГК).

Згідно зі ст. 263 ГК, збутова діяльність підприємства є формою господарсько-торговельної діяльності (діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх реалізацію шляхом надання відповідних послуг).

У ч. 2 ст. 263 ГК зазначено, що збутова діяльність виробленої продукції може здійснюватися як у межах країни (внутрішня торгівля), так і за її межами (експорт продукції – зовнішня торгівля).

Відповідно до ч. 1 ст. 264 ГК збут продукції виробничо-технічного призначення як власного виробництва, так і придбаних у інших суб'єктів господарювання, здійснюються суб'єктами господарювання шляхом поставки, а у випадках, передбачених ГК, також на основі договорів купівлі-продажу.

Основні вимоги до укладення та виконання договорів поставки, а також вимоги до якості поставленої продукції споживачам викладені у ст. 265-270 ГК. Оскільки у процесі збуту можуть брати участь посередники (агенти), то необхідним є правове регулювання їх діяльності.

Згідно зі ст. 296 ГК агентські відносини виникають у разі: надання суб'єктом господарювання на підставі договору повноважень

комерційному агентові на вчинення відповідних дій; схвалення суб'єктом господарювання, якого представляє комерційний агент, угоди, укладеної в інтересах цього суб'єкта агентом без повноваження на її укладення або з перевищенням наданого йому повноваження.

Згідно зі ч. 1 ст. 305 ГК, відносини, що виникають при здійсненні комерційного посередництва (агентської діяльності) у сфері господарювання, регулюються Господарським кодексом, іншими прийнятими відповідно до нього нормативно-правовими актами, що визначають особливості комерційного посередництва в окремих галузях господарювання. Крім того, відповідно до ч. 2 ст. 305 ГК, у частині, не врегульованій нормативно-правовими актами, зазначеними у цій статті, до агентських відносин можуть застосовуватися положення Цивільного кодексу України, якими регулюються відносини доручення.

Агентська діяльність та умови заключення агентського договору регулюються ст. 295-304 ГК. У процесі збуту продукції, підприємство може використовувати різні методи просування виробленої продукції на ринок. У такому випадку підприємство може зіштовхнутися з недобросовісною конкуренцією.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», недобросовісною конкуренцією є будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» містить правові засади про захист від недобросовісної конкуренції, а також відповідальність за неї. У ст. 21 цього Закону зазначено, що вчинення суб'єктами господарювання дій недобросовісної конкуренції тягне за собою накладення штрафу у розмірі до п'яти відсотків доходу від реалізації продукції суб'єкта господарювання за останній звітний рік.

Контроль за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції здійснює Антимонопольний комітет України, повноваження якого викладено у Законі України «Про Антимонопольний комітет України». Згідно зі ст. 3 цього Закону основними завданнями Антимонопольного комітету є: контроль за концентрацією, узгодженими діями суб'єктів господарювання та регулювання цін на товари, що виробляються суб'єктами природних монополій; сприяння розвитку добросовісної конкуренції; методичне забезпечення застосування законодавства про захист економічної конкуренції; здійснення контролю щодо створення конкурентного середовища та захисту конкуренції у сфері державних закупівель.

Не менш важливим у регулюванні збутової діяльності підприємства є Податковий кодекс України. Особливість Податкового кодексу

полягає в тому, що він регулює як внутрішню, так і зовнішню збутову діяльність. Податковий кодекс (скорочено – ПК) встановлює вимоги до відкриття та закриття рахунків для підприємств у банках та інших фінансових установах (ст. 69). Крім того, у ст. 180-211 ПК викладені умови нарахування податку на додану вартість, котрий включається в ціну продукції, а ціна, у свою чергу, відіграє вирішальну роль у пошуці покупців. Це стосується внутрішньої торгівлі. Варто зазначити, що у ст. 206 ПК зазначені особливості оподаткування операцій під час переміщення товарів через митний кордон України залежно від обраного митного режиму. Положення цієї статті безпосередньо стосуються експорту продукції, тобто зовнішньої торгівлі.

Однією з правових засад регулювання збутової діяльності підприємства можна вважати також правила Інкотермс-2010. Інкотермс-2010 – це міжнародні правила, що визнані урядовими органами, юридичними компаніями та комерсантами у всьому світі як тлумачення найбільш застосовуваних в міжнародній торгівлі термінів. Сфера діяльності Інкотермс-2010 розповсюджується на права та зобов'язання сторін договору купівлі-продажу відносно доставки товарів (умови поставки товарів). Кожний термін Інкотермс-2010 є абревіатурою з трьох букв.

Окрім зазначених нормативно-правових актів, на організацію та ефективність здійснення збутової діяльності в Україні впливають:

– закон України «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини» від 06.09. 2005 р. № 2809-IV, який встановлює критерії до якості продукції. Продукція із порушенням зазначених у законі норм не повинна надходити у продаж, навіть якщо вона користується попитом [6];

– законом України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1996 № 236/96-ВР, який визначає правові засади захисту господарюючих суб'єктів (підприємців) і споживачів від недобросовісної конкуренції. Закон спрямований на встановлення, розвиток і забезпечення торгових та інших чесних звичаїв ведення конкуренції при здійсненні підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин [2];

– закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 року № 996-XIV, який визначає загальні правила ведення обліку на підприємствах, та зокрема правила визначення доходів та витрат на збут, особливості їх обліку, формування фінансового результату [1];

– закон України «Про ціни та ціноутворення» від 21.06.2012 р., який визначає основні засади цінової політики і регулює відносини,

що виникають у процесі формування, встановлення та застосування цін, а також здійснення державного контролю (нагляду) та спостереження у сфері ціноутворення [5];

– закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 р. №270/96-ВР, який регулює правові відносини, які виникають у процесі створення та поширення реклами в Україні [4];

– закон України «Про захист прав споживача» 12.05.1991 р. №1023-XII, який регулює відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та виробниками і продавцями товарів, виконавцями робіт і надавачами послуг різних форм власності, встановлює права споживачів, а також визначає механізм їх захисту та основи реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів [3] та інші законодавчі акти.

Отже, проведене дослідження дало можливість проаналізувати правові аспекти здійснення збутової діяльності в Україні. Дослідження показало, що правове регулювання збутової діяльності здійснюється у двох напрямах, а саме: регулювання збутової діяльності на зовнішньому та на внутрішньому ринках.

Список використаної літератури:

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність [Електронний ресурс] : закон України: [прийнято Верховною Радою 16.07.1999 р. № 996-XIV]. – Режим доступу : http://portal.rada.gov.ua

2. Про захист від недобросовісної конкуренції: закон України від 07 червня 1996 року № 236/96-ВР [із змінами, внесеними від 03.10.2016]: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80

3. Про захист прав споживача: закон України від 12 травень 1991 року № 1023-XII [із змінами, внесеними від 01.01.2017]: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1023-12

4. Про рекламу: закон України від 03 липня 1996 № 270/96-ВР: [із змінами, внесеними від 28.12.2015]: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80

5. Про ціни та ціноутворення: Закон України від 21.06.2012 р. №5007-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр

6. Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини [Електронний ресурс] : закон України: [прийнято Верховною Радою 06.09.2005 р. № 2809 - IV]. – Режим доступу : http://portal.rada.gov.ua

УДК 338.24.01

Пеняк Ю.С. к.е.н., доцент,
ХННІ ДВНЗ «Університет банківської справи»,

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРИ УПРАВЛІННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасний етап розвитку економіки України висуває якісно нові вимоги до управління конкурентоспроможністю підприємств, яке не можливо здійснити без належного інформаційне забезпечення процесу управління, яке полягає у зборі й переробці інформації, необхідної для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Враховуючи сучасні тенденції інтеграції економіки країни в європейський простір, перед виробниками виникає проблема приведення умов виробництва відповідно до європейських стандартів. Тільки після повного перезавантаження економіки Україна зможе стати конкурентоспроможною і вийти на світові ринки. Тому, успіх сучасного підприємництва і його розвиток в умовах гострої конкуренції в значній мірі залежать від застосування інформаційних технологій, і відповідно, від ступеня забезпечення інформаційної безпеки. Процес захисту економічної інформації повинен бути безупинним і комплексним як на рівні держави, так і на рівні підприємства.

Інформація є вихідним матеріалом для практичної діяльності підприємств і дозволяє управлінцям дати оцінку рівня конкурентоспроможності підприємства, що дає змогу:

– сформувати управлінські завдання (визначення підходів до виробництва, технології, збуту, найму трудових ресурсів, фінансування матеріального, інформаційного та організаційного забезпечення);

– прийняти управлінське рішення (зменшити витрати, зосередити увагу на конкретному сегменті ринку, укласти відповідні контракти);

– розробити заходи, спрямовані на розвиток і підтримку конкурентних переваг (здійснити інновації, підтримати довгострокові переваги, упередити дії учасників, розробити заходи освоєння нових ринків і залучення коштів інвестора);

– адаптувати підприємство до ринкових умов господарювання, здатних забезпечити перемогу в конкурентній боротьбі за споживача та ринки збуту тощо [3].

Першоосновою розвитку стабільної ринкової економіки та невід'ємним її атрибутом є конкуренція між виробниками. Наявність вільної конкуренції на ринку сприяє розвитку компаній з найбільш

ефективним виробництвом, економічно міцних, тих, що застосовують сучасні науково-технічні досягнення. Успішна робота саме таких підприємств є запорукою розвитку економіки держави в цілому.

На сьогодні проблема конкурентоспроможності країни виходить далеко за межі простої зацікавленості або боротьби за окремі сегменти ринків. Високий рівень конкурентоспроможності визначає для будь-якої країни збільшення можливостей для залучення інвестицій, фінансового капіталу, нових технологій, розширення присутності на ринках, і навпаки – низькі рейтинги й оцінки слугують індикатором недооцінки урядами країн необхідності створення національного конкурентного середовища [1]. Країни вивчають рейтинги конкурентоспроможності, аналізують показники й змагаються за першість.

Дослідженням конкурентоспроможності країн займаються найвпливовіші організації світу: Всесвітній економічний форум, Світовий банк, Організація економічного співробітництва і розвитку. Дослідницькі центри щорічно публікують обстеження кількох десятків країн на основі вивчення низки критеріїв, які допомагають комплексно оцінити показники діяльності країн за рік.

В умовах гранично насиченого ринку і жорсткої конкуренції компанії шукають нові способи забезпечення конкурентоспроможності, застосування інформаційних технологій є одним з них. Суб'єкти господарювання повинні визначити нові цілі й завдання, засновані на інформації та аналізі ситуації з метою отримання конкурентних переваг. Необхідно чітко визначити напрямок діяльності в сучасних умовах, сформувати подальшу стратегію за рахунок зменшення кількості конкурентів, ослаблення лідерів ринку, вливань в технічну базу, в нові розробки, в підтримку свого бренда і закласти міцний фундамент для майбутнього зростання, розширення, а можливо захоплення лідерських позицій.

Важливим аспектом дієвості управління конкурентоспроможністю підприємств є визначення раціональних обсягів у відповідності з повним задоволенням потреб у аналітичних даних різних рівнів управління, забезпечення змістовності, глибини і ступеня відповідності інформації поставленим цілям. Паралельно необхідно вирішувати питання впровадження міжнародних стандартів, поліпшення технології збирання і обробки даних. Необхідним для покращення є відпрацювання моделей інформаційних систем, які б забезпечили ефективне управління виробничою і маркетинговою діяльністю різних суб'єктів господарювання, їх взаємодію між собою та органами управління [2].

З метою вдосконалення системи інформаційного забезпечення конкурентноспроможності необхідно виділити декілька факторів для досягнення позитивного економічного ефекту. Так, по-перше, необхідно вдосконалити систему стандартизації інформації на всіх етапах виробництва та надання послуг, зробити її уніфікованою, тобто орієнтованою як на внутрішній так і на зовнішній торговельні ринки. Разом з цим, за даними внутрішньої та зовнішньої інформації активно проводити економічний аналіз ринків збуту продукції, диференціювати конкурентні підприємства та спрямовувати вектори на лідируючі позиції у певних сегментах. Також, необхідно впроваджувати ефективну політику управління, вдосконалювати методи та моделі в менеджменті для досягнення високих фінансових результатів. Використовувати сучасний зарубіжний досвід управління конкурентоспроможністю підприємств, що дасть змогу українським товаровиробникам розробити систему ефективного механізму управління конкурентоспроможністю продукції підприємств, адекватного вимогам сучасного стратегічного менеджменту.

Таким чином, ефективність управління діяльністю підприємства обумовлена якістю інформації, що є в розпорядженні управлінців різного рівня. В умовах стрімкого зростання і використання інформаційних технологій, захист управлінської інформації на всіх етапах її формування, обробки, накопичення, зберігання та використання для прийняття ефективних управлінських рішень є основним питанням економічної безпеки підприємств.

Література

1. Гудзь, О.Є. Стратегічні напрями формування конкурентних переваг підприємств [Текст] / О.Є. Гудзь // Економіка. Менеджмент. Бізнес − №3 (25), 2018. – С. 4−11.

2. Бланк, І.А. Основи фінансового менеджменту: в 2 томах [Текст] / І. А. Бланк. – К.: Ельга, Ніка-центр, 2011. – 710 с.

3. Пеняк, Ю.С. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства [Текст] / Ю.С. Пеняк // Інфраструктура ринку. – Одеса, 2018. – Вип. 23. с.138-143.

4. Луцик, Ю.О. Місце України в загальному рейтингу конкурентоспроможності / «Modern Economics», 2018 [Електронний ресурс] Режим доступу: https://modecon.mnau.edu.ua/place-of-ukraine-in-global-competitiveness/

УДК: 336.671:658.14

Петренко О.П., к.е.н., доцент
Сон К.Е., магістрант
Одеський державний аграрний університет

НАПРЯМКИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансові результати відображають багатопланову систему економічних зв'язків на сучасному етапі розвитку суспільства, що впливає на конкурентоздатність продукції підприємства. На багатьох промислових підприємствах України не має чітко сформованої політики управління фінансовими результатами, що негативно впливає на розвиток виробничого процесу та результати діяльності. Саме виважена політика управління фінансовими результатами дозволить максимізувати прибуток підприємства та покращити його фінансовий стан [1].

Прибуток є одним із узагальнюючих показників, що характеризує кінцевий результат діяльності аграрного підприємства. Від розміру отриманого прибутку залежить формування оборотних коштів, виконання зобов'язань перед бюджетом та партнерами по виробничій діяльності, платоспроможність, виділення коштів на оплату праці тощо. У величині прибутку знаходять відображення всі аспекти діяльності суб'єкта господарювання: техніка і технологія, якість продукції, організація виробництва та управління, галузеві та інші специфічні особливості сільського господарства [2].

Розглянемо формування та динаміку фінансово-економічних результатів діяльності дослідного підприємства (табл.1).

Таблиця 1

Фінансово-економічні результати діяльності ВКФ «Взірець-2000», тис. грн.

№ п/п	Показники	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2018р. до 2016р., %
1	2	3	4	5	6
1	Чистий дохід від реалізації	76772	78431	72300	94,2
2	Змінні витрати	72179	70486	68175	94,4
3	Маржинальний прибуток	4593	7945	4125	89,8
4	Амортизація, основних засобів	1978	2068	2163	109,4
5	Чистий прибуток(+), збиток(-)	140	638	-2253	X
6	Чистий грошовий потік	2118	2706	-90	X
7	Грошові кошти та їх	206	183	385	186,8

№ п/п	Показники	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2018р. до 2016р., %
1	2	3	4	5	6
	еквіваленти				
8	Короткострокова дебіторська заборгованість	529	4433	2143	В 4 рази
9	Інші оборотні активи	62	75	59	95,1
10	Готова продукція	4930	2167	6926	140,5
11	Товари	2468	4554	3092	125,3
12	Кредиторська заборгованість	486	657	4616	В 9 разів
13	Інші поточні зобов'язання	3944	5885	5464	138,5
14	Залишковий грошовий потік (TCF)	3765	4870	2525	67,0
15	Виплачені відсотки за позичковий капітал	48	66	46	95,8
16	Валовий грошовий потік (GCF)	2166	2772	-44	Х

Розглядаючи фінансово-економічні показники діяльності підприємства, слід відмітити зменшення чистого доходу від реалізації продукції. Навіть при зменшенні змінних витрат на 5,6%, маржинальний прибуток підприємства також зменшився на 10,2%. Ці зміни, а також збільшення інших операційних витрат призвело до чистого збитку на підприємстві в 2393 тис.грн. Це є негативними наслідками діяльності підприємства та його розрахункової політики з дебіторської заборгованості, яка збільшилася за 2016-2018роки в 4 рази. Зміна показників призвела до зменшення валового грошового потоку на 2210 тис.грн.

Для підвищення прибутковості основної галузі виробництва на підприємстві необхідно використовувати протизатратний механізм виробництва продукції. Розглянемо основні статті витрат по виробництву продукції на підприємстві в таблиці 2.

Таблиця 2

Витрати виробництва ВКФ «Взірець-2000», тис. грн.

№ п/п	Показники	2016 рік	2017 рік	2018 рік	2018р. до 2016р., %
1	Операційні витрати, в т.ч.:				
	-собівартість реалізованої продукції	72179	70486	68175	94,4
	- адміністративні витрати	1521	2028	2576	169,4
	- витрати на збут	2153	3840	4383	В 2 рази
	- інші операційні витрати	578	412	4852	В 8 разів
2	Фінансові витрати	187	1232	1738	В 9 разів
3	Податок на прибуток	32	142	-	Х

Як видно з даних таблиці, в господарстві значно зросли витрати. Проте що собівартість виробленої продукції зменшилася на 5,6%, інші витрати на підприємстві значно зросли. Так, розглядаючи адміністративні витрати, слід відмітити їх збільшення на 69,4%, витрати на збут зросли в два рази. А інші операційні витрати зросли аж в 8 разів, що можна пояснити віднесенням до них суми безнадійної дебіторської заборгованості та відрахування до резерву сумнівних боргів та нестачі й втрати від псування цінностей . Також слід відмітити значне зростання фінансових витрат (в 9 разів), що пояснюється сплатою довгострокового кредиту банку та відсотків за його користування.

Щоб поліпшити фінансові результати ВКФ «Взірець-2000», та сприяти реалізації резервів також можливо застосувати як в короткостроковому і середньостроковому, так і в довгостроковому періоді наступні заходи:

- нарощення обсягів виробництва і реалізації товарів;
- розглянути та усунути причини виникнення перевитрат фінансових ресурсів на матеріальні та інші операційні витрати;
- підвищити у складі реалізації питому вагу дрібнооптової товарної продукції;
- здійснити ефективну цінову політику, диференційовану по відношенню до окремих категорій покупців;
- удосконалити рекламну діяльність, підвищувати ефективність окремих рекламних заходів;
- грамотної побудови договірних відносин з постачальниками, посередниками, покупцями;

– покращення системи маркетингу на підприємстві;

– постійного проведення наукових досліджень аналізу ринку, поведінки споживачів і конкурентів.

Так, оптимізація використання виробничих ресурсів, дотримання контролю за витратами, впровадження ефективної цінової політики може поліпшити виробничу та економічну ефективність виробництва продукції.

Література:

1. Рябенков О. В. Напрями удосконалення політики управління фінансовими результатами промислового підприємства. *Механізм регулювання економіки.* 2012. № 1.С.196

2. Купалова Г.І. Теорія економічного аналізу: підручник: Київ: Знання, 2008. 639с

3. Білий М. М. Фінансові результати підприємства: факторний

аналіз в умовах економічної кризи *Вісник Прикарпатського університету. Економіка*. 2014. Випуск X. С.234-240

УДК 338.47 (043.2)

Петрук А.С., магістрант, гр. ПВМ-3, ФБСО
Науковий керівник: Сотник А.А., к.е.н.
Державний університет «Житомирська політехніка»

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ТА НАПРЯМИ ПОКРАЩЕННЯ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ПІДПРИЄМСТВ У СФЕРІ МІЖНАРОДНИХ ТРАНСПОРТНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ

Міжнародні транспортні перевезення є важливим видом зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання. Товар не може бути доставлений з однієї країни до іншої без використання транспортних засобів; при цьому, природно, вартість товару зростає. Нині обсяг міжнародних перевезень такий великий, а транспортні операції настільки складні, що існує необхідність у встановленні єдиних правил і норм у міжнародному транспортуванні. Міжнародним вважається перевезення, що здійснюється між двома чи більшою кількістю держав [3].

Конкурентоспроможний транспортний комплекс є складовою розвитку національної економіки кожної країни та основою її інтеграції у світове господарство. Частка транспортних послуг у ВВП України складає не менше 13%. Протягом 2014–2018 років ринок транспортних послуг України характеризувався стійким зростанням. Частка вантажних перевезень України автомобільним транспортом складає 66-69% від загального їх обсягу. У структурі міжнародних перевезення вантажів автомобільний транспорт займає вагому частку (7%). Це єдиний вид транспорту, за яким спостерігаються сталі позитивні темпи зростання [1]. Основні показники розвитку галузі міжнародних автотранспортних перевезень представлено у таблиці 1.

За результатами проведених досліджень визначено, що обсяги транспортних перевезень за аналізований період збільшились на 212 млн.т., або на 13,05 %. У 2018 році загальний вантажооборот в Україні склав 58683 млн.ткм., що на 9452 млн.ткм., або на 19,2 % більше від рівня 2014 року. В цілому, за аналізований період середня відстань перевезення 1т вантажів становила від 46 до 47 км. Аналіз засвідчив, що у 2018 році перетнуло державний кордон України на виїзд 1286342 од. транспорту, що на 425707 од., або на 49,5 % більше, ніж у 2014 році.

Водночас, у 2018 році перетнуло державний кордон України на в'їзд 1339035 од. транспорту, що на 468202 од., або на 53,8 % більше, ніж у 2014 році. Сальдо виїзду-в'їзду автомобілів є від'ємним, тобто спостерігається перевищення в'їзних вантажних транспортних потоків.

Таблиця 1

Основні показники розвитку галузі міжнародних автотранспортних перевезень України у 2014-2018 рр.[2]

Показники	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р.	2018 р. до 2014 р.	
						+, -	%
Обсяги транспортних перевезень, млн. т.	1625	1224	1587	1753	1837	212	13,05
Вантажо-оборот, млн. км.	49231	39556	46128	57452	58683	9452	19,2
Середня відстань перевезення 1т вантажів, км.	46,0	46,0	46,0	46,0	47,0	1,0	2,2
Перетин державного кордону на виїзд, од.	860635	1015125	1143705	1258975	1286342	425707	49,5
Перетин державного кордону на в'їзд, од.	870833	1039662	1204314	1335341	1339035	468202	53,8
Сальдо виїзду-в'їзду автомобілів, од.	-10198	-24537	-60609	-76366	-52693	-42495	416,7
Чистий фінансовий результат, млн. грн.	956,13	634,36	642,89	893,65	1044,34	88,21	9,22

Що стосується чистого фінансового результату підприємств галузі міжнародних автотранспортних перевезень, то він є позитивним та у 2018 році становив 1044,34 млн. грн. Найбільше скорочення рівня прибутковості галузі спостерігалось у 2015 році.

Структура діяльності автотранспортних підприємств на ринку міжнародних вантажних перевезень представлена на рисунку 1.

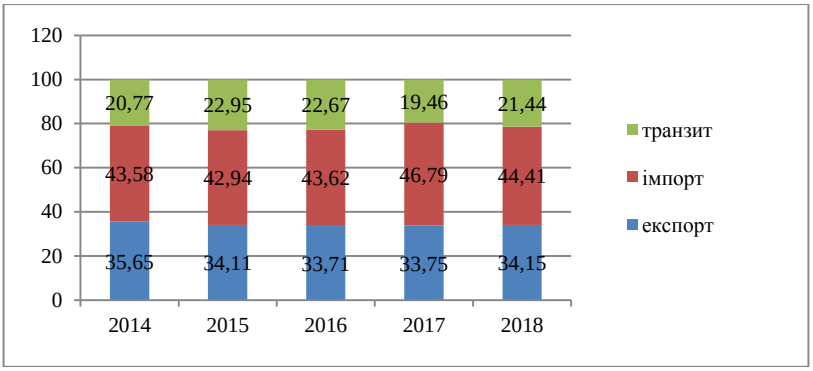


Рис. 1. Структура діяльності автотранспортних підприємств на ринку міжнародних вантажних перевезень України, % [2]

Результати проведеного аналізу на рис. 1 засвідчили, що частка експорту у структурі діяльності автотранспортних підприємств на ринку міжнародних вантажних перевезень становить 33-35 %. Водночас, на ринку переважає імпорт міжнародних вантажних перевезень, частка якого в останні роки є стабільною та коливається на рівні 43-45 %. Частка операцій з транзиту є достатньо невисокою, на рівні 20-21 % [2].

Значне погіршення фінансових показників функціонування автотранспортної системи України під час фінансово-економічної кризи та загострення військових дій на Сході було обумовлене зменшенням попиту на послуги автотранспорту з боку провідних вантажоформуючих галузей економіки та з боку населення. Економіка України виявилася надто вразливою до проявів світової кризи, вона досі не позбавилася глибоких структурних деформацій попереднього періоду, значно відстає від розвинених країн за сукупною продуктивністю наявних факторів виробництва, рівнем добробуту населення, спроможністю забезпечувати стійкий розвиток [1].

Варто зазначити фактори, які стримують процес реструктуризації транспортного комплексу та спричиняють погіршення фінансових результатів діяльності автотранспортних підприємств [3]:

- необхідність повного технічного переоснащення галузі й істотних організаційних змін у всіх видах автотранспорту. Парк автотранспортних засобів є застарілим і зношеним, деякі об’єкти інфраструктури знаходяться в аварійному стані і потребують заміни;

- відсутність зацікавленості закордонних інвесторів у розміщенні капіталу в автотранспортні підприємства України. Головною проблемою розвитку міжнародних транспортних коридорів

залишаються відсутність і неспроможність залучення інвестицій;

- відсутність надійного та стабільного інформаційного забезпечення на базі сучасних засобів зв'язку і комп'ютерної техніки у безпосередньому поєднанні з системою міжнародного зв'язку.

Тому необхідно здійснити пошук інноваційної моделі інфраструктурної перебудови, спрямованої на розширення суспільних зв'язків та прискорення матеріальних потоків. Це, на наш погляд. може бути здійснено завдяки реалізації наступних заходів щодо стратегічного розвитку та покращення фінансових результатів автотранспортних підприємств України [1]:

- реалізації потенціалу автотранспортної галузі шляхом модернізації рухомого складу;
- оновлення та зміцнення парку автотранспортної галузі, у тому числі за рахунок залучення автомобілів вітчизняного виробництва;
- розгалуження та покращення якості автомобільних мереж;
- усунення диспропорцій національної мережі у напрямках міжнародних транспортних мереж;
- усунення перепон і бар'єрів на шляху переміщення транснаціональних вантажних потоків;
- розширення нормативно-договірної бази та географічної структури перевезень.

Таким чином, вантажний автотранспорт володіє високою маневреністю та швидкістю, а також можливістю доставляти вантажі безпосередньо до споживача. Запропоновані заходи є перспективними та сприятимуть зростанню фінансових результатів автотранспортних підприємств України.

Список літератури:

1. Макаренко М.В. Прогнозні оцінки перевезень вантажів автомобільним транспортом України / М.В. Макаренко, І.М. Гойхман // Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія «Економіка і управління». – 2019. – Вип. 17. – С. 106-117.

2. Підсумки роботи транспорту України за 2018 рік. Експрес-випуск. [Електронний ресурс]. – К. : Державна служба статистики України, 2019. – Режим доступу : http://ukrstat.org/uk.

3. Садловська І.П. Аналіз сучасних вантажопотоків в Україні та напрями їх розвитку / І.П. Садловська // Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту імені академіка В. Лазаряна. – Д. : Вид-во Дніпропетр. нац. ун-ту залізн. трансп. ім. акад. В. Лазаряна, 2019. – Вип. 42. – С. 242-250.

УДК 331.101.262

Потнікова М. Ф., к. е. н., доцент
Житомирський національний агроекологічний університет

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ

Процеси глобалізації та децентралізації світової соціально-економічної системи як пріоритетний визначили напрям формування локальної економіки як рушію суспільного зростання. Активізація ролі органів місцевого самоврядування з позиції розвитку підприємництва, контролю, енергозбереження та підвищення стійкості територіальних громад є пріоритетними в умовах становлення національної системи продовольчої та економічної безпеки [1–3].

Міжкультурний та міжнаціональний обмін, посилення інформаційних потоків та, як наслідок, прозорість економіки та системи управління, в тому числі націлені на подолання існуючих асиметрій та диспропорцій розвитку, а також зниження антропогенного впливу на навколишнє середовище та вирішення соціальних проблем, породжених ринковою економікою. Громадські рухи щодо спільного використання ресурсів, їх відновлення та збереження для майбутніх поколінь, активізація інноваційно-інвестиційних процесів на якісно новій основі, пошук джерел відновлюваної енергії є відмінною характеристикою сучасного рівня менеджменту. Біомімікрія природних процесів в соціумі сприяє поширенню багатофункціонального підходу в управлінні, розвитку багатоукладності економіки, довгостроковій цільовій орієнтації вектору розвитку підприємств на соціально-екологічних засадах [4–6].

Креативна економіка, побудована на методології холізму (цілісності всього сущого у Всесвіті) на перше місце висунули родові та екологічні поселення як представницькі структури сучасності з позиції принципів розумної достатності, матеріального виробництва на рівні мінімальному та достатньому для постійного духовного зростання та партнерства є домінантами в суспільстві. Формуючи суспільство майбутнього мешканці родових поселень поряд з підприємствами сімейного типу створюють середовище відповідальності та партнерства як за власний бізнес, так і територію його функціонування [7–9]. Базовими цінностями керівників таких підприємницьких структур є світоглядна єдність та соціально-еколого-економічна значущість. Ідеологічно-світоглядна позиція передбачає здатність самостійно приймати рішення за відповідального ставлення до навколишнього

середовища. Соціальна цінність передбачає спільне визначення завдань розвитку та спільну їх реалізацію з дотриманням прав людини. Екологічна складова розвитку визначає обмеження щодо негативним пивам на навколишнє середовище за одночасного примноження його ресурсного потенціалу та підвищенню доступу майбутніх поколінь до чистих води, повітря, родючих ґрунтів. Економічна цінність, яка є наслідком, трьох попередніх складових

Побудована на засадах трансформації свідомості креативна економіка передбачає позитивне бачення майбутнього, в тому числі через становлення розумних громад (smart-community), примножуючи соціальний капітал громад, відчуття єдності (на противагу технологіям конкуренції ринкового середовища). Економіка та добробут як нелінійні системи тяжіють до різноманіття, кооперації та, як наслідок, досягнення ефекту синергії у формі підвищення рівня здоров'я, самодостатності та саморозвитку. Посилення ролі університетів у формуванні цілісного мислення створює підґрунтя співпраці між містом та селом (об'єднань співвласників багатоквартирних будинків та мешканців об'єднаних територіальних громад). Поява біодинамічних підходів в управлінні виробничими процесами підприємств, ріст популярності органічної продукції ілюструє ціннісні орієнтації суспільства, які підприємець бере за основу своїх рішень у бізнесі. Розвиток пермакультури, ноосферної освіти, органічного дизайну формують якісно нову культуру споживання, заходячи відгук у політичній платформі багатьох партій. Диверсифікація виробництва на сільських територіях намітила тенденції до поширення несільськогосподарських видів діяльності, де малі підприємства мають більше гнучкість та мобільність. Стандартизація, каталогізація та валоризація (залучення місцевих виробників) як елементи системи державного моніторингу та контролю, посилюються у формі додаткових соціально-екологічних зобов'язань, які накладаються на підприємців з боку громад за одночасної підтримки ринку їх продукції.

Фестивалі, конкурси, виставки, ярмарки поряд з специфічними освітніми підходами сприяють обізнаності підприємців. Організація місцевого громадського самоврядування відіграє фундаментальну роль у встановленні зв'язків виробників продуктів з іншими учасниками харчової ланцюга, в тому числі з питань логістики, маркетингу та інтеграції підприємств у суспільне життя. Становлення локальних брендів підтримує місцевих виробників, одночасно накладаючи на них колективну відповідальність за всі прийняті управлінські рішення. В цьому відношенні підхід Slow Food (як антонім фаст-фуду) представляється моделлю, яка знижує імовірність зниження добробуту

та забезпечує позитивне майбутнє для дрібних виробників і тих, хто хоче вирощувати і розводити місцеві, стародавні культури. Ця модель вимагає інвестицій в освіту, комунікацію і соціальність. Заснована на приватній ініціативі модель є спрямованою на продовольчу безпеку і регулювання.

Список використаних джерел

1. Van der Berg, L. R., Drewett, L. H., Klaassen, A., Rossi, C. H. T. Urban Europe: a study of growth and decline / Oxford; New York: Prgamon Press, 1982. P. 162.

2. Булавка, О. Г. Теоретико-методичні та організаційні основи розвитку сільських територій // Економіка АПК. 2016. № 6. С. 104–117.

3. Саблук, П. Т. Розвиток сільських територій в контексті забезпечення економічної стабільності держави / П. Т. Саблук: доп. на Сьомих річних зборах Всеукр конгр. Вчених економістів-аграрників (Кив, 9–10 липня 2005 р.). К.: ННЦ «Ін-т аграр. екон.», 2005. 20 с.

4. Farkas, J. The Body Has No Soul, the Soul Has a Body": The Concept of Souland Nature in the Hungarian Krishna Valley ecovillage // Body, Soul, Spiritsand SupernaturalCommunication / Éva Pócs (ed.). Cambridge Scholars Publishing. 2019. P. 34–53.

5. Prysiazhniuk O., Buluy O., Plotnikova M. Cluster approach in administration of rural areas. Management Theory And Studies For Rural Business And Infrastructure Development, 2018. 40(2), 118–127.

6. Semenets, H.,Yakobchuk, V., Plotnikova, M. (2018) Family Homesteads Settlements As The Subjects Of The Public Management In Rural Territories. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development, 40 (4), 587–598.

7. Vidickiene, D. Living in harmony: inspiring stories from ecovillages. – Vilnius: BMK Leidykla, 2013. 124 p.

8. Walker, K. D., Plotnikova, M. (2018) Ecological settlement as a self-government model in rural areas. Management Theory And Studies For Rural Business And Infrastructure Development. 40(3), 416–423.

9. Малік, М. Й., Забуранна, Л. В. (2017) Розвиток сільських територій в умовах децентралізації влади // Економіка АПК. № 7. С. 5–14.

УДК 330

Погодіна В.А., студентка
Науковий керівник: Фролова Л.В., д.е.н., проф.
Одеського національного політехнічного університету

ПРОБЛЕМИ ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

Управління фінансовим забезпеченням підприємства є важливою складовою частиною загальної системи в управлінні його фінансовою діяльністю. Фінансовий стан підприємства характеризується забезпеченістю власним оборотним капіталом, станом запасів товарно-матеріальних цінностей, станом та динамікою дебіторської і кредиторської заборгованості, оборотністю коштів, платоспроможністю та іншими підсумками фінансово-господарської діяльності підприємства, які дозволяють дати оцінку досягнутим результатам, зробити висновки про рівень фінансово-економічного стану та про наявність нереалізованих внутрішньогосподарських резервів. Ефективна діяльність підприємств у довгостроковій перспективі, забезпечення високих темпів їхнього розвитку і підвищення конкурентноздатності в значній мірі визначаються рівнем їхнього фінансового потенціалу, якістю управління їхньою фінансовою діяльністю та рівнем їх фінансового забезпечення.

Метою дослідження є аналіз поняття фінансового забезпечення та визначення стану підприємства при якому рівень фінансового забезпечення можливо визначати як достатній.

Фінансове забезпечення значною мірою визначає ефективність функціонування суб'єктів господарювання будь-якої галузі економіки.Аналізуючи останні наукові дослідження та публікації можна відзначити зацікавленість вивчення та встановленням нових способів і підходів до фінансового забезпечення підприємства.

В економічній літературі досить широко використовується поняття «фінансове забезпечення». Питанням фінансового забезпечення господарської діяльності підприємств присвячені роботи як вітчизняних, так і закордонних фахівців у галузі фінансів суб’єктів господарювання, серед яких слід відмітити І. Бланка, Н.Карданську, М. Гончарова, О. Кириленко, Л. Павлову та інших.

Проте сьогодення характеризується відсутністю єдиного методичного підходу до визначення фінансового забезпечення. Українська фінансова наука не дає однозначної відповіді на питання змісту фінансового забезпечення, розглядаючи його як потік

фінансових ресурсів, метод фінансового механізму, сукупність складових елементів [1]. Розбіжності у визначенні фінансового забезпечення підприємства дозволили виокремити два основні підходи до тлумачення його сутності: перша група науковців визначають його як забезпеченість підприємства фінансовими ресурсами, друга — як процес управління капіталом.

Під повним фінансовим забезпеченням підприємства розуміється такий фінансовий стан, що характеризується, по-перше, збалансованістю та якістю сукупності фінансових інструментів, технологій і послуг, які використовуються підприємством, по-друге, стійкістю до внутрішніх і зовнішніх загроз, по-третє, здатністю фінансової системи підприємства забезпечувати реалізацію його фінансових ресурсів, по-четверте, забезпечувати розвиток цієї фінансової системи [2].

З іншого боку, абсолютне фінансове забезпечення підприємства може визначатися, як стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів підприємства, що виражається у високих значеннях фінансових показників прибутковості й рентабельності бізнесу, структури його капіталу, норми дивідендних виплат за цінними паперами, а також курсової вартості його цінних паперів як синтетичного індикатора поточного фінансово-господарського стану підприємства і перспектив його розвитку [3].

Проведене дослідження дало можливість виділити власне визначення дефініції «фінансове забезпечення» — як процес управління капіталом, його розподіл та використання з метою забезпечення ефективного існування та рентабельної роботи підприємства. Це поняття об’єднує два основні наукові підходи, та відрізняється тим, що визначає фінансове забезпечення як процес та стан одночасно та підкреслює кінцевий результат цього процесу.

Фінансове забезпечення підприємства вимагає постійного управління з метою досягнення оптимального складу та структури його джерел. Обов’язковим етапом у цьому управлінні є визначення стану фінансового забезпечення, яке повинно проводитися в тісному взаємозв’язку з діагностикою господарських показників діяльності підприємства. Від ефективності цього процесу залежить багато в чому подальша виробничо-господарська діяльність підприємства, оскільки нестача фінансових ресурсів може практично повністю паралізувати всю діяльність суб’єкта господарювання. Важливою умовою фінансового забезпечення підприємства є диверсифікація його активів та гармонійний розвиток усіх сфер його діяльності [4].

Фінансове забезпечення спрямоване на вирішення таких основних

завдань:

- фінансування поточної виробничо-господарської діяльності;
- пошук резервів збільшення доходів, прибутку, підвищення рентабельності та платоспроможності;
- виконання фінансових зобов'язань перед іншими суб'єктами підприємництва, бюджетом, банками;
- мобілізація фінансових ресурсів в обсязі, необхідному для фінансування виробничого розвитку, збільшення власного капіталу;
- контроль за ефективним, цільовим розподілом та використанням фінансових ресурсів.

Для ефективного управління необхідно правильно оцінювати рівень фінансового забезпечення. Система показників оцінки фінансового забезпечення повинна відображати фінансовий стан підприємства у довгостроковій перспективі, тобто його можливість підтримувати свою платоспроможність протягом тривалого періоду. Система показників має характеризувати загальну фінансову структуру підприємства і ступінь його залежності від кредиторів та інвесторів.

Оцінювання поточного рівня фінансового забезпечення підприємства здійснюється за такими напрямами:

- аналіз фінансової звітності підприємства (дослідження ліквідності, рентабельності, структури прибутку та витрат тощо);
- аналіз конкурентоспроможності підприємства;
- аналіз асортименту продукції підприємства;
- аналіз кваліфікації та потенціалу персоналу, системи управління підприємством;
- аналіз теперішньої та прогнозованої вартості капіталу;
- аналіз поставок і клієнтури підприємства;
- аналіз кредитної політики суб’єкта господарювання;
- аналіз динаміки цінних паперів підприємства тощо.

Управління фінансовим забезпеченням повинно бути спрямоване на встановлення оптимального рівня власних та залучених коштів, пошук зовнішніх та внутрішніх ризиків та зменшення їх впливу, збільшення рентабельності діяльності підприємства.

Виходячи з цього, можемо визначити, що достатній рівень фінансового забезпечення визначається як такий стан підприємства, при якому використання власного та залученого капіталу підприємства є настільки ефективним, що підприємство є незалежним від зовнішніх ризиків та конкурентоспроможним, його діяльність є рентабельною та прибуток має тенденцію збільшуватися.

Список літератури

1. Мацьків В. В. Теоретичні основи фінансового забезпечення підприємств //Сталий розвиток економіки. – 2013. – №. 5. – С. 351-356.
2. Єрмошенко М. М. Економічні та організаційні засади забезпечення фінансової безпеки підприємства : препринт наукової доповіді / М. М. Єрмошенко, К. С. Горячова, А. М. Ашуєв; [за наук. ред. М. М. Єрмошенка]. – К. : Національна академія управління. 2005
3. Основи економічної безпеки. / [за наук.ред. Е. А. Олейникова]. – М. : ПАТ «Бізнес-школа «Інтел-Синтез», 1997. – 288 с.
4. Frolova L., Pohodina V. Modern Science — Moderní věda. — Praha. — Česká republika, Nemoros. — 2019. — № 3. С.55-62

УДК 338.314

Поліщук О. А., магістрант, гр. ЗПВ – 18 М, ФБСО
Науковий керівник: Овандер Н. Л., к.е.н., доцент
Державний університет «Житомирська політехніка»

ЗАСТОСУВАННЯ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ДОХОДАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Управління доходами (Revenue management), також відоме як yield management, є важливим інструментом для узгодження попиту та пропозиції шляхом ділення клієнтів на різні сегменти. Сегментація клієнтів заснована на намірах покупця придбати товари чи послуги та розподілі потужностей підприємства для різних сегментів таким чином, щоб максимізувати прибуток підприємства в цілому. Revenue management був розроблений для індустрії перевезень, але методи управління доходами поширилися також й в інші сектори економіки. В даний час управління доходами застосовується в наступних сферах: індустрія авіаперевезень, готельні підприємства, ресторани, торгові центри, телефонні оператори тощо.

В останні роки в бізнесі відбулися кардинальні зміни, фактично відбулася трансформація виробничої діяльності та сфери послуг в сучасну індустрію, обумовлену впровадженням інноваційних технологій і підвищенням ступеня технічної оснащеності підприємств, формуванням великих комплексів і мереж, що забезпечують комплексне і орієнтоване на споживача обслуговування. Складність управління такими підприємствами дуже висока.

Управління доходами (revenue management) можна визначити як застосування поєднання людських ресурсів та інформаційних

технологій для досягнення оптимального рівня виручки та максимальних рівнів валового і чистого прибутків за допомогою прогнозування поведінки індивідуального споживача на ринку для продажу бажаного виду продукції визначеному покупцеві в потрібний час за адекватною ціною за кращим каналом розподілу.

Максимізація виручки не завжди означає, що валовий або чистий прибуток буде мати максимальне значення. Може виявитися, що залучення додаткових клієнтів підприємству виявиться занадто витратним, в результаті чого валовий прибуток буде зменшений. Крім того, коли підприємства працюють на повну потужність, то знижується якість продукції, що в свою чергу призведе до операційних помилок, нестачі персоналізованих послуг та інших наслідків, результатами яких будуть скарги, врегулювання яких призведе в свою чергу до зниження чистого прибутку підприємства. З іншого боку, збільшення валового прибутку може бути результатом стратегії щодо зниження витрат, яка іноді неминуче призводить до зниження рівня якості обслуговування, незадоволеності і, як наслідок, майбутніми втратами клієнтів і зниженням доходів. Саме тому завдання управління доходами повинне полягати не в максимізації виручки підприємства за всяку ціну, а в досягненні одночасного високого значення показників виручки, валового і чистого прибутків одночасно.

Правильний або потрібний продукт визначається як споживачами, так і підприємствами. Необхідно визначити який же продукт є правильним або потрібним споживачу. Правильний продукт - це продукт, який:

1) забезпечує якість проданого товару / наданої послуги правильному покупцеві за рахунок задоволення його потреб, бажань, вимог;

2) відображає бажання покупця платити за послугу;

3) вигідний для підприємства.

Отже, можна зробити висновок, що марно пропонувати ті товари і послуги підприємства, які не відповідають вимогам цільового сегмента ринку. Також безглуздо пропонувати товари і послуги, які покупці не можуть собі дозволити або які не забезпечують прибуток підприємства на належному рівні.

Підприємство може продавати свої товари / послуги різними каналами розподілу. Це можуть бути прямі продажі, продажі через посередників, глобальні системи бронювання (GDS), онлайн системи бронювання, інтернет-магазини тощо. Кожен канал розподілу забезпечує доступ до різних споживачів і має свою відмінну від інших вартість. З точки зору мети управління доходами правильним каналом

розподілу є такий канал, який забезпечує доступ до правильного клієнта і є економічно ефективним з точки зору витрат.

Ціна є одним з важливих інструментів управління доходами, так як вона безпосередньо пов'язана з рівнем доходів підприємства. Змінюючи рівень цін з плином часу, співвідношення між різними цінами для різних сегментів і умовами, що застосовуються на кожен рівень ціни, підприємство зможе залучити правильних клієнтів, генеруючи тим самим високий рівень доходів.

Правильна ціна - це така ціна, яку клієнт готовий заплатити і підприємство готове запропонувати. Очевидно, що клієнти хотіли б заплатити якомога менше, а підприємство вважало за краще продати за максимальну ціну. Тим не менше, якщо клієнт відчує, що він переплатив за товари / послуги і витрачені їм гроші не відображають реальної цінності наданої йому послуги, то майбутні відносини між покупцем і продавцем будуть поставлені під сумнів.

Визначення правильного часу також є одним з важливих інструментів управління доходами. Один і той самий товар може по-різному сприйматися, ґрунтуючись тільки на тому, в який момент він був зроблений.

Наприклад, просування туристичних послуг з розміщення на Новорічні свята, зроблене в липні, швидше за все, залишиться непоміченим, так як було зроблено занадто рано. Однак, та ж сама пропозиція, зроблена в кінці грудня, може виявитися неефективною, так як це буде вже занадто пізно для клієнтів. Найбільш вдалий час буде залежати від моделей бронювань різних сегментів. Якщо за розрахунками, отриманими готельним підприємством, цільової сегмент робить велику частину замовлень протягом двох тижнів до дати заїзду, то оптимальна дата запуску кампанії просування може перебувати в часовому проміжку від 2 до 3 тижнів до дати заїзду, щоб потенційні клієнти її помітили.

У контексті управління доходами, маркетинг комунікацій підприємства полягає в оцінці впливу підприємства на сприйняття своєї продукції й цін на неї. Від способу надання інформації про ціни на сайті підприємства, залежить сприйняття покупця цінності товару/послуги, яку він бажає отримати від підприємства, а також і справедливість ціноутворення. Але з іншого боку він впливає на сприйняття співвідношення ціна / якість і задоволеність покупця від покупки.

У зв'язку з цим виникає інтерес у подальших дослідженнях питань управління доходами підприємств і учасників бізнес-діяльності. Розглядаючи бізнес-діяльність як рух ресурсів, слід ставити проблеми управління доходами підприємства з урахуванням можливостей впливу

на формування і споживання доходу всіх безпосередніх і непрямих учасників.

Список літератури

1. Гуріна Н. В. Економічна сутність доходів та їх класифікація: проблеми і шляхи вирішення. *Науковий вісник Херсонського державного університету.* 2015. Вип. 12. Ч. 1. С. 203-205.

2. Ткаченко Т. П., Тульчинська С. О., Бойчук Д. В. Управління доходами на підприємстві. *Ефективна економіка.* 2018. № 3. – URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6192 (дата звернення: 12.10.2019).

УДК: 33, 2

Почоева М.А., соискатель кафедры менеджмента
Институт экономики и торговли
Таджикского государственного университета коммерции

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЕ МАЛЫМ БИЗНЕСОМ В ЭКОНОМИКЕ РТ

Анализ показывает, что формирование и развитие современных цивилизованных предпринимателей, имеющих по - деловому работать в новых условиях не может происходить очень быстро. Ведь формирование слоя предпринимателей - «золотого кадрового рыночного фонда нации» происходит в недрах капитализм и получает все большее развитие на его более высокой стадии развития. Предпринимательский опыт предается от поколения к поколению. [1] В результате исследования проведенного американским экономистом Н.Чемберленом, ироисхождения 863 президентом и высших менеджеров 428 крупнейших промышленных и транспортных корпораций, а также компаний сферы обслуживания оказалось, что **у** 55,7 проц., из них отцы были крупными бизнесменами, а из семей предпринимателей и специалистов (инженеров, адвокатов, врачей) ироисходили 3-4 названных лидеров бизнеса. Это очень любопытный факт. Видимо, нам необходимо также учесть данное обстоятельство в процессе решения кадровых проблем в области бизнеса.

Следующий сиецифической особенностью социалыю-политической среды Таджикистан является низкое уважение общественности к частной собственности. Это подтверждается проведенным нами социологическими исследованиями на территории Согдийской области. Общее распределение ответов на вопрос: «Как вы относитесь к

развитию частных предприятий?» (в процентах опрошенных) следующее:

Ответили	Октябрь 2013 год	Октябрь 2018 год
Положительно	27	25
Отрицательно	28	31
Затруднялись ответить	45	44

Источник: расчеты автора

Как видно из результатов конкретного социологического исследования, при такой самой общей постановке вопроса число сторонников и противников развития частной собствешюсти, немного увеличилось. Это объясняется болезнненностью происходящих рыночных нреобразований, отсутствием, полной стабилизации в экономике республике.

На самом деле, первопроходцы малого бизнеса сталкиваются с рядом значительных препятствий. Как свидетельствует анализ анкетирования 45 предприятий города Худжанда, на первом месте стоит проблема отсутствия навыков и опыта предпринимательской, коммерческой деятельности. Более половины опрошенных бизнесменов указали на потребность обучения в школе бизиеса, почти треть нуждается в бизнес центре для общения и обмена опытом. Отсюда возникает острая необходимость организации различных форм учебы кадров, будущих бизнесменов в едином центре, укрепив его научную, методологическую и практическую базу. Распыленность и разрозненность системы учебы значительно снижает их качество подготовки.

Мы считаем, что одной их специфических особенностей бизнеса в Таджикистане является создание самодеятельных форм хозяйствования, которые призваны сыграть не последнюю роль в решении важнейших проблем экоиомики переходного периода и в том числе проблемы приватизации. [2] Это в свою очередь, обусловлено следующими принципиальньми моментами.

Во-первых, малой форме организации производства достаточно эффективно в различных отраслях материального производства, идет ли речь о сельскохозяйственном производстве или о предприятиях легкой и пищевой промышленности, в малых предприятиях более очевидно единство цели и заинтересованности в ее реализации, более ощутима связь с конечными результатами деятельности.

Во-вторых, малые предприятия чрезвычайно перспективны в ненроизводственной сфере. Причем практически во всех ее структурах, включая науку, образование и здравоохранение. Более того, это связано

с рациональным использованием высококвалифицированных кадров.

В-третьих, и это самое важное, именно в рамках малых предприятий можно осуществить: реальную на деле, а не формальную, на словах, приватизацию, то есть непосредственную передачу собственности в руки производителя материальных благ и услуг. Бизнес, в зависимости от конкретно-исторических условий страны и задача переходного периода, может носить более многоступенчатый характер, преднологающий использование различных переходных форм. Так, малые предприятия могут быть использованы в самых различньгх формах от государственного арендного предприятия, осуществляющего как посреднические, так и производственные функции, до ателье индивидуального пошива, находящего в частной собственности группы из 3-5 человек.

Такой подход дает возможность, с одной стороны обеспечит непосредственное включение производителей в отношении присвоения, с другой создать систему организационных форм, которая отражает современное состояние общественного производства, требующего широкого использования разнообразных форм предприятий. Достоинством арендной формы собственности является возможность выравнивания стартовых условий накопления, что очень важно для условий Таджикистана. Аренда ограничиваег возможность «предаиия» прибыли иутем раздачи деиег в виде премий. Мировая практика работы арендных предприятий свидетельствует о более высокой их эффективности по сравнению с коллективами, функционирующими на собственном капитале.

В условиях рыночной экономики, сравнительно низкого уровня жизни населения Таджикистана, особое значение ириобретает такая ценность, как крепкая семья, не только с точки зрения взаимопомощи, материальной и моральной поддержки в рыночной и профессиональной деятельности, но и как стимул в достижении материального достатка и на это основе включения семьи в различные формы бизнеса, начиная с индивидуального, семейного, совместного труда, кончая открытием частиых, семейных малых иредприятий, кооперативов, фирм. [3] Именно в семье закладываются основы бизнеса. Таким образом, само занятость населения -это не только социальная защита семьи, это не только дополнительные потребительские товары, доходы, это еще и школа обучения ремеслам, школа бизнеса. Возьмем к примеру, многодетную мать - надомницу - швею. Ее дети принимают от нее трудовые навыки, кроме того, формирует навыки экономического поведения: учатся выделять вьтгодные и невыгодные заказы, постигают азы заключения трудовых контрактов, социального страхования и т.д.

Развитие семейного бизнеса становится необходимым еще и потому, что больше половины населения Таджикистана - дети и подростки. [3] Ежегодно у нас десятки тысяч выпускников общеобразовательных школ остаются вне сферы дальнейшего образования и труда. Где им иаучиться ремеслу, профессии? Семейный бизнес, обеспечивая само занятость, дает для этой возможности.

В условиях Таджикистана исключительно важно приоритетно направить иностранные инвестиции в отрасли предприятия, необходимые для «подогрева» всего национального экономического потенциала в целом, исключив нанесения ущерба национальным интересом в их в широком понимании. Сложность этой задачи очевидно, если учесть отсутствие развитой системы национального бизнеса, нацеленного на охрану интересов отечественного производства. Государство, со своей стороны. обязано защищать национальный рынок от тех иностранных фирм, которые заинтересованы в Таджикистане только с точки зрения выкачки дешевого сырья в виде хлопка, алюминий и др. полезных ископаемых. Партнерство в этой области должно быть взаимовыгодным и служит стимулом для оздоровления экономики республики.

Выводы и предложения: низок удельный вес молодых менеджеров в предприятии и организациях Республики Таджикистан, хотя имеется тенденция их роста что негативно сказывается, в свою очередь, на их способность качественно применять на практике современные приемы менеджмента, использовать современные методы мотивации персонала, осуществлять стратегическое планирование и внедрение инновации в плане подготовки управленческих кадров для рыночных структур: улучшение государственного образовательного стандарта по специальностям в области менеджмента, развитие рынка труда преподавателей и консультантов, обновление корпуса менеджеров в сфере образования, расширение использования механизмов образовательных кредитов.

- ✓ В этой связи, желательно, широкое привлечение молодых специалистов Республики Таджикистан в сфере управления.
- ✓ Целесообразно регулярная организация ярмарок свободных рабочих мест в предприятиях и организациях Республики Таджикистан.
- ✓ С целю повышения потенциала молодого управленческого персонала в год 2 раза отправить менеджеров на повышение квалификации за рубежом.

Литература

1. Буров В.Ю. Основы предпринимательства: учебное пособие. –

Чита.:…, 2013. – 441 с.

2. Концепция государственной кадровой политики Республики Таджикистан. Утверждена Указом Президента Республики Таджикистан от 31 декабря 2008 года № 582.

3.Комарова Г.Б., Турсунов А.Х. Экономика предприятия. Худжанд: «Хуросон».2010. – 212 с.

УДК 338.2

Пучкова С.І., к.е.н., доцент
кафедри підприємництва і торгівлі
Яновський Д.Л., здобувач вищої освіти
Одеський національний політехнічний університет

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

За сучасних економічних умов діяльність підприємств потребує не лише забезпечення їх ефективного функціонування, але й розробки такої системи управління, при якій зміна чинників навколишнього середовища суттєво не впливала б на економічну діяльність суб'єктів господарювання. Тому забезпечення безпеки їх розвитку, зокрема в умовах фінансово-економічної кризи, є важливим завданням.

Теорія економічної безпеки підприємства отримала широке висвітлення в українській економічній науці порівняно недавно – на початку 90-х років минулого століття, а відтак активні наукові дослідження у цій важливій для розвитку підприємництва сфері проводяться лише упродовж останніх двадцяти років.

Дослідження соціально-економічної безпеки на різних рівнях економіки присвячено праці багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців. Зокрема поняття та проблеми СЕБ закладено у наукових працях таких дослідників, як: Д. Ковальова, В. Забродського, Г. Козаченка, Г. Назарової, Л. Пашнюка, Н. Паліги, Ю. Світличної, В. Шликова, та багато інших.

Нині більшість учених підтримують визначення терміна «безпека», викладеного в ст. 1 Закону України «Про безпеку» № 2446-1 від 5 березня 1992 р.: «безпека – це стан захищеності життєво важливих інтересів особистості, суспільства і держави від внутрішніх та зовнішніх загроз» [1].

Економічну безпеку підприємства можна розглядати як одну з складових загального поняття «безпека».

З точки зору Д. Ковольова, соціально-економічна безпека підприємства визначається як «захищеність його діяльності від негативних впливів зовнішнього середовища, а також як здатність швидко усунути різні варіанти погроз або пристосуватися до існуючих умов, які не позначаються негативно на його діяльності» [2, с. 48].

З цим погоджується і В. Шликов, що розглядає соціально-економічну безпеку підприємства як «...стан захищеності життєво важливих інтересів підприємства від реальних і потенційних джерел небезпеки або економічних погроз» [3, с. 33].

Проте трохи інше розуміння економічної безпеки підприємства наводить В. Забродський, який трактує СЕБ як "кількісну і якісну характеристику властивостей фірми, що відображає здатність розвитку в умовах виникнення зовнішньої і внутрішньої економічної загрози" [4, с.35].

У цілому можна виділити декілька підходів різних авторів до визначення економічної безпеки підприємства (ЕБП) (рис. 1.2) [5].

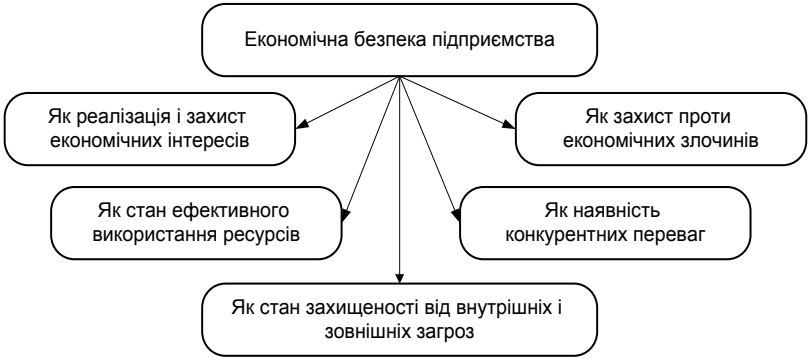


Рисунок 1. Підходи до визначення поняття «економічна безпека підприємства»: Джерело [5]

Причини виникнення загроз економічній безпеці підприємства обумовлені, з одного боку, чинниками загальноекономічного характеру (макрорівень), що здійснюють негативний вплив на значну кількість господарюючих суб'єктів, а відтак, загрожують і національній економічній безпеці. З іншого, чинниками, пов'язаними з непродуманістю та неефективністю прийнятих управлінських рішень керівництвом самого підприємства (мікрорівень).

Всі ці загрози порушують соціально-економічну безпеку підприємства і дають значний збій у його функціонуванні на ринку. Тож

управлінському персоналу необхідно постійно працювати над удосконаленням рішень, які можуть надати безпеку підприємству.

Для кожного підприємства система економічної безпеки досить індивідуальна, залежить від розмірів підприємства та його можливостей.

Як правило, підприємства малого бізнесу користуються послугами зовнішніх спеціалізованих приватних підприємств (консалтингових, охоронних, детективних, тощо). Підприємства середнього бізнесу можуть користуватися комбінованою системою економічної безпеки, спираючись на можливості і ресурси власних підрозділів безпеки та, в міру необхідності, залучаючи зовнішні організації. Великим підприємствам доцільно створювати повноцінну систему економічної безпеки з власною службою та потужними ресурсами [6, с.18].

Головним завданням фахівців цієї служби – це зібрання та відстеження даних щодо ризиків на підприємстві, оцінювання соціально-економічного стану підприємства, як у внутрішньому так і зовнішньому середовищі, а також своєчасне виявлення можливих загроз об’єкту підприємництва [7].

Так у своїй праці Н. Б. Паліга та Ю. В. Світлична виділяють три складові економічної безпеки підприємства для боротьби із внутрішніми та зовнішніми загрозами, кожна з яких виконує свої завдання та функції:

1) Техніко-технологічна: підвищення ефективності використання основних фондів підприємства, зменшення рівня морального та фізичного зносу (для внутрішніх загроз). Поширення використання інноваційних технологій у виробничому процесі, впровадження технологій енергозбереження (для зовнішніх загроз).

2) Фінансова: Підвищення рівня ліквідності підприємства, підвищення ефективності використання власного капіталу (для внутрішніх загроз). Активізація маркетингової діяльності, диверсифікація ринків збуту, освоєння нових видів продукції (для зовнішніх загроз).

3) Кадрова: Стимулювання трудової активності, залучення кваліфікованої робочої сили (для внутрішніх загроз). Активізація діяльності в напрямку посилення соціального захисту працівників (для зовнішніх загроз) [8].

Для забезпечення власної безпеки підприємство має такі засоби: технічні (охороно-пожежні системи, відеоапаратура тощо); організаційні (створення спеціалізованих підрозділів чи структур, які забезпечуватимуть безпеку підприємства, а також система управління); інформаційні (комп'ютери, захисні мережі і сама інформаційна

продукція, у т.ч. необхідна для прийняття рішень інформація); фінансові, без яких і функціонування системи безпеки буде неможливим; правові (у т.ч. розробка локальних правових актів з питань функціонування системи управління та забезпечення безпеки); кадрові (передусім, достатня кількість персоналу, який займається питаннями безпеки, його професіоналізм); інтелектуальні (залучення висококласних спеціалістів і науковців дозволяє запроваджувати нові системи безпеки). Варто зазначити, що ці засоби потребують комплексного поетапного застосування [6, с.19].

Підсумовуючи вищесказане, слід відзначити, що економічна безпека підприємства є складним та багатовекторним поняттям, про що свідчить різноманіття наукових підходів до його сутності та класифікації загроз, які на неї безпосередньо впливають.

До першочергових завдань, покликаних нейтралізувати загрози та попередити зниження рівня економічної безпеки підприємства можна віднести створення системи економічної безпеки, розробку способів уникнення можливих загроз та напрямків мінімізації негативних впливів.

Список літератури:

1. Назарова Г. Передумови створення системи кадрової безпеки підприємства / Г. Назарова // Регіональні аспекти розвитку продуктивних сил України. — 2010. — Вип.15. — С. 34–37.

2. Ковалев Д. Экономическая безопасность предприятия / Д. Ковалев, Т. Сухорукова // Экономика Украины – 1998. – № 10. – С. 48-52.

3. Шлыков В.В. Комплексное обеспечение экономической безопасности предприятия / В. В. Шлыков – СПб: "Алетейя", 1999. – 142 с.

4. Забродский В. Теоретические основы оценки экономической безопасности отрясли и фирмы / В. Забродский, Н. Капустин // Бизнес-информ. – 1999. – № 15-16. – С.35-37.

5. Коваленко К.В. Основи створення комплексної системи економічної безпеки підприємства: теоретичний аспект [Електронний ресурс] / К.В. Коваленко // Електронні наукові фахові видання. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Vdnuet/econ/ 2008_3/ 20%20.pdf.

6. Система формування і забезпечення економічної безпеки підприємства [Електронний ресурс] / С.В. Філиппова, О.С. Дашковський // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 2 (3). –С. 17-21. – Режим доступу: http://www.economics.opu.ua/n3.html.

7. Грунин О.А. Экономическая безопасность предприятия / О.А.

Грунин, С.О. Грунин. – СПб., 2002. – 160 с.

8. Паліга Н.Б. Шляхи запобігання зовнішнім та внутрішнім загрозам економічній безпеці промислового підприємства / Н.Б. Паліга, Ю. В. Світлична // Економіка промисловості. – 2011. – № 1. – С.197-202.

УДК 658.15

Рашевець М. Р., магістрант, гр. ЗПВ-18м, ФБСО
Державний університет «Житомирська політехніка»

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО АНАЛІЗУ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Головною частиною фінансової роботи на підприємстві є фінансовий аналіз та оцінка фінансового стану підприємства. Тому, фінансовий стан - стан фінансів підприємства, що характеризується сукупністю показників, що відображають процес формування і використання його фінансових ресурсів. Зазначимо, що призначенням фінансового аналізу є оцінка фінансових результатів і фінансового стану підприємства, а також економічна діагностика майбутнього потенціалу. Основною ціллю аналізу фінансового стану є обґрунтування та інформаційне забезпечення прийняття підприємством управлінських рішень за такими основними видами його діяльності:

- операційна діяльність (управління фінансовими результатами діяльності, поточна прибуткова політика, ефективне використання фінансових ресурсів);
- фінансова діяльність (управління джерелами формування фінансових ресурсів та їх розподілом, управління пасивами та ін.);
- інвестиційна діяльність (управління структурою, обсягами та складом активів підприємства, вибір і реалізація інвестиційних проектів)

В практиці вітчизняних підприємств найчастіше для аналізу фінансового стану застосовують метод фінансових коефіцієнтів: ліквідності, стійкості, заборгованості, оборотності, прибутковості. Після цього здійснюється порівняння значень показників з нормативними, середньогалузевими, а також зі значеннями попередніх періодів. Нормативні значення показників є основою для порівняння. В різних країнах нормативні значення показників фінансового стану відрізняються. Отже, можна зробити висновок, що аналіз фінансового стану дає змогу оцінити поточний (моментна оцінка) та перспективний стан (інтервальна оцінка) підприємства, проаналізувати його

короткочасну чи довготривалу платоспроможність. Для аналізу фінансового стану підприємства можна використовувати найрізноманітніші прийоми. Їх кількість і широта застосування будуть залежати від конкретних цілей та завдань за якими проводиться аналіз.

На сьогодні в світовій практиці склалися досить стабільні підходи щодо аналізу фінансової звітності підприємств і формування висновків та рекомендацій за результатами аналізу. Також використовують математичні моделі, за допомогою яких формують узагальнений показник фінансового стану підприємства. Серед таких методів заслуговують на увагу моделі оцінки ймовірності банкрутства Альтмана, Спрінгейта, Таффлера, Ліса, Тісшоу, Чессера тощо. Багатофакторний дискримінантний аналіз є статистичним методом дослідження, використання якого надає можливість здійснювати класифікацію деякої сукупності об'єктів на дві або більше груп залежно від їхніх індивідуальних характеристик. Особливістю цього методу є формування функції, яка характеризує взаємозв'язок між зміною кількісних характеристик та якісною ознакою відповідної групи.

У зарубіжній практиці аналіз фінансового стану проводиться переважно шляхом коефіцієнтного аналізу (ratio analysis) за окремими напрямами. Це дозволяє аналізувати різні підприємства, незважаючи на масштаби, визначаючи ефективність і прибутковість їх діяльності. Перевага віддається проведенню порівняльного аналізу (дані підприємства порівнюється з встановленими нормативами або показниками підприємств-конкурентів), трендового аналізу (trend analysis), який включає в себе вертикальний аналіз (commonsrne analysis), горизонтальний аналіз відносних показників (percent change analysis). Варто зауважити, що використання іноземних моделей має певні недоліки, так як вони не зовсім підходять для аналізу фінансового стану наших підприємств, не враховують специфіку структури капіталу у різних галузях. Тому, дослідження існуючих методик аналізу фінансового стану підприємства, дав можливість сформувати узагальнений алгоритм:

1) вибір показників для аналізу фінансового стану;
2) розрахунок цих показників;
3) порівняння отриманих результатів з аналогічними показниками даного підприємства за попередні роки, а також з нормативними і показниками конкурентів.

Проведене дослідження існуючого методичного забезпечення аналізу фінансового стану підприємства дало змогу сформувати висновок, що кожна методика має певні переваги та недоліки. Відтак сьогодні постає важливе питання про розробку такої методики оцінки,

яка уможливила формування чіткого уявлення про існуючий фінансовий стан підприємства у середовищі його функціонування, вимагала б мінімуму інформаційного забезпечення, всесторонньо висвітлювала діяльність організації, була підставою для розробки практичних рекомендації щодо покращення фінансового стану. Отже, з метою вдосконалення існуючих алгоритмів проведення аналізу фінансового стану підприємства пропонуємо проводити аналіз з виділенням наступних етапів:

- постановка цільової функції моделі обробки вхідної інформаційної бази. У межах цього етапу виділяється об'єкт дослідження та вивчається специфіка його діяльності, здійснюється формулювання мети та завдань комплексного аналізу фінансової звітності, досліджується представлена інформаційна база, формується сукупність напрямів аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств, визначається форма подання кінцевої (вихідної) інформації та пропозицій щодо провадження заходів;

- обґрунтування процедур та проведення первинної обробки інформації, її узагальнення. При цьому здійснюється групування інформаційних джерел та формування сукупності фінансових показників як форми узагальнення даних за згрупованими інформаційними джерелами, обґрунтовується вибір форм обробки вхідної інформації відповідно до визначеної сукупності показників;

- вибір необхідної методики обробки вхідної інформації за певними напрямами дослідження, визначення структури та порядку формування вихідної інформації комплексного аналізу фінансової звітності малого підприємства;

- інтерпретація результатів аналітичної обробки показників фінансової звітності. При цьому формулювання висновків щодо об'єкта дослідження на підставі проведених розрахунків не тільки дає можливість замовникам комплексного аналізу одержати відповіді на поставлені ними питання, а й слугує основою прогнозування зміни економічного потенціалу підприємств;

- формування сценаріїв майбутнього тренду фінансово-господарської діяльності підприємства. Сутність даного етапу полягає в прогнозуванні результатів діяльності об'єкта дослідження з урахуванням запропонованих заходів щодо підвищення ефективності діяльності суб'єкта господарювання.

Результати дослідження також показали, що у вітчизняній практиці аналізу фінансового стану немає чітко регламентованої кількості фінансових коефіцієнтів, оскільки підприємницька діяльність кожного суб'єкта господарювання має свої особливості, які варто враховувати в

процесах управління. Запропонований алгоритм аналізу фінансового стану підприємства сприятиме посиленню здійснення внутрішнього та зовнішнього контролю за діяльністю підприємства, уможливить прогнозування фінансово - господарської діяльності підприємств та сприятиме підвищенню їх ефективності.

УДК 005:676

Редько М. М., студент гр. ЗМО-18-1М, ФБСО
Пащенко О. П., к.е.н., доц. кафедри
менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗБУТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ ЗА РАХУНОК АНАЛІЗУ ЗБУТОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

На сучасному етапі управління підприємством неможливо відокремлювати процес виробництва від системи збуту. Саме удосконалення системи збуту за рахунок аналізу збутового потенціалу дозволить оптимізувати процес виробництва ще на початкових етапах.

Систему збуту, необхідно розглядати як комплексну систему. Саме комплексний підхід до визначення напрямків розвитку підприємства, а в тому числі і системи збуту, дозволить вийти на нові рівні. Необхідно більш детальне вивчення збутової діяльності, особливо наукоємних підприємств з метою визначення впливу результатів інноваційної діяльності та географії продажів.

Необхідно сформувати певний механізм формування стратегії розвитку підприємств, ураховуючи ключові управлінські рішення з організації, адаптації та розвитку збутової діяльності, максимально оцінивши зовнішні та внутрішні фактори. Регулярний моніторинг ринків збуту дозволить оперативно реагувати на зміни у цільовій аудиторії, та приймати відповідні рішення по формуванню, розробці та впровадженню заходів що спрямовані на удосконалення системи збуту.

Особливою категорією у формуванні збутової політики є категорія «збутового потенціалу» підприємства. Збутовий потенціал підприємства можна визначити як сукупність трудових, інформаційних, матеріальних, маркетингових, управлінських, комунікаційних ресурсів та можливостей збуту, що забезпечують готовність і здатність підприємства здійснювати оперативний вплив на систему збуту. Впровадження можливостей збутового потенціалу, дасть змогу виведення нового товару на ринок, його реалізацію за постійного

вдосконалення технології збуту, інновації асортиментного ряду з урахуванням факторів впливу на підприємство. Так як розрахунок у натуральній величині збутового потенціалу є досить умовним, та непередбачуваним, ігнорувати його не можна. Саме потенціал ключових співробітників, може визначити напрямки розвитку всієї політики фірми. Збутовий потенціал є результатом синтезу трьох систем: ресурсного забезпечення збутової діяльності, управління й контролю збутової діяльності.

Спільна реалізація стратегічних і тактичних управлінських рішень підприємства щодо збуту товарів сприяє формуванню оптимальної системи збутової діяльності з урахуванням запитів споживачів і можливостей підприємства стосовно їх задоволення з найбільшою ефективністю для обох сторін.

Збутовий потенціал підприємства включає всі наявні маркетингові ресурси, резерви та можливості щодо їх використання для забезпечення постійної конкурентоспроможності підприємства в довгостроковій перспективі. Побудова збутової політики на основі проведення ефективних маркетингових заходів щодо дослідження кон'юнктури ринку та розширення товарної, цінової і збутової політики, а також розробки стратегії збуту, визначення збутового потенціалу, дозволить підприємству зайняти сильні позиції на ринку.

Для забезпечення обґрунтованої оцінки рівня збутового потенціалу підприємства, необхідно забезпечити виконання наступних етапів: формування достовірної і повної інформаційної бази для оцінки збутового потенціалу; виокремлення внутрішніх та зовнішніх факторів, що характеризують збутовий потенціал; розробка системи кількісних та якісних показників і значень вагових коефіцієнтів; розрахунок інтегрованого показника ефективності збутового потенціалу.

Розробка системи збуту на основах збутового потенціалу, є досить ризикованою але при належному її впровадженні з урахуванням максимальної кількості факторів та вмілій координації дій керівництва, можливо досягти непередбачуваних, неймовірних результатів, що дасть змогу захопити лідируючі позиції на ринку.

Розробка ефективної системи комплексної оцінки можливостей збутового потенціалу є одним із ключових аспектів у формуванні стратегії діяльності підприємств, оскільки дозволяє підвищити ефективність виробництва та реалізації, посилити ефективність управління, покращити якість і конкурентоздатність продукції, прискорити науково-технічний розвиток підприємства та збільшити продуктивність праці.

Список використаних джерел:

1. Іваненко В.О., Ковальчук О.Р. Оцінка маркетингового потенціалу підприємства: компаративний аналіз наукових підходів: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: file:///C:/Users/fem_sll/Downloads/163067-357999-1-PB.pdf

УДК 330

Русаловський А.А., студент, гр. ЗМО-18-2, ФБСО
Державний університет «Житомирська політехніка»

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку економіки є досить відомим той факт, що кожна успішна організація має свою корпоративну культуру – сукупність найважливіших положень щодо діяльності, обумовлених місією та стратегією розвитку організації, які знаходять своє відображення у соціальних нормах і цінностях працівників. Така культура дозволяє вирізняти організацію, створює атмосферу ідентифікованості для її персоналу, зміцнює соціальну стабільність та є контролюючим механізмом, який направляє і формує відносини та поведінку працівників.

Сутність корпоративної культури – це специфічна форма існування взаємозалежної системи, яка включає в себе ієрархію цінностей, що домінують серед співробітників організації та сукупність способів їх реалізації, що переважають в ній на певному етапі розвитку.

Виділяють наступні джерела формування корпоративної культури:

– система особистих цінностей та індивідуально-своєрідних способів їх реалізації;

– способи, форми та структура організації, що втілюють деякі цінності, в тому числі й особисті цінності керівництва;

– уявлення про оптимальну та припустиму модель поведінки співробітника в колективі, що відображає систему внутрішньо групових цінностей, які склалися.

Корпоративна культура підприємства дає змогу розв’язати дві ключові проблеми: встановити оптимальні зв’язки підприємства із зовнішнім середовищем (зовнішня адаптація) та сприяти стабільній та продуктивній роботі персоналу на партнерських засадах (внутрішня інтеграція).

Завдяки своїм специфічним функціям та спрямованості (позитивній

чи негативній) корпоративна культура може значно впливати на трудову поведінку, мотивацію саморозвитку працівників або ж на деградацію трудового потенціалу підприємства.

Корпоративна культура виконує такі функції:

– надання працівникам організаційної ідентичності, визначення внутрішнього уявлення про підприємство та його головні цінності, що є важливим джерелом самоідентифікації персоналу як команди (впливає на рівень компетенції і трудовий менталітет – складові трудового потенціалу);

– допомога новим працівникам швидко адаптуватись і прилучитися до ефективної роботи, правильно сприймати явища, що відбуваються на підприємстві, завдяки знанням про основні принципи корпоративної культури (впливає на організованість і трудову активність);

– стимулювання прояву індивідуальної і колективної відповідальності при виконанні окреслених завдань, зокрема у сфері інновацій (впливає на мобільність і здатність до розроблення інновацій).

У науковій літературі корпоративна культура класифікована на негативну і позитивну залежно від впливу на формування трудових цінностей персоналу:

− позитивна корпоративна культура фіксує для працівника цінність своєї професійної діяльності як способу особистісної трудової, творчої самореалізації й саморозвитку та цінність свого підприємства як умови забезпечення власних актуальних потреб;

− негативна корпоративна культура відображає ситуацію, коли трудова діяльність для персоналу на конкретному підприємстві різною мірою вигідна, проте не цінна з точки зору саморозвитку персоналу та творчої самореалізації.

Формування позитивної корпоративної культури можна спостерігати на підприємствах, що розвиваються стабільно, де прояв позитивних ознак окресленої культури є стабільним або тимчасово нестабільним (культура орієнтована на розвиток виробництва та на соціальний розвиток колективу).

Корпоративна культура підприємства визначає шлях його розвитку у сфері управління персоналом. Вона є унікальною та неповторною на кожному підприємстві, їй притаманні особливості. Результати дослідження доводять, що немає підприємств з однаковою корпоративною культурою. Проте підприємства можуть використовувати подібні методи, способи, інструменти для формування та розвитку корпоративної культури.

Таким чином, можна стверджувати, що корпоративна культура підприємства – це сукупність прийнятих на даному підприємстві норм і правил поведінки щодо клієнтів і партнерів, а також культура міжособових стосунків працівників, від якої залежить ефективність діяльності та сформований імідж підприємства.

УДК 656.076:338.47

Савельєва І.В., д.е.н., професор
Мажуга Д.В., магістрант
Одеський національний морський університет

ОЦІНКА ЯКОСТІ ПОСЛУГ ТРАНСПОРТНО-ЕКСПЕДИТОРСЬКИХ КОМПАНІЙ

В сучасних умовах зростає роль впливу рівня якості транспортно-експедиторських компаній на їх успішну діяльність та конкурентоспроможність. Послуги транспортно-експедиторських компаній полегшують роботу вантажовідправників в частині організації доставки продукції і дозволяють обрати раціональний спосіб і маршрут транспортування. Забезпечення належного рівня якості транспортно-експедиторського обслуговування можливе завдяки впровадженню ефективної системи управління якістю. Таким чином успіх діяльності транспортно-логістичних компанії залежить від рівня якості її послуг. Для визначення рівня якості послуг транспортно-експедиторських компаній необхідно провести оцінку, яка включає ряд етапів та певні критерії і показники.

При оцінці якості послуг транспортно-логістичних компаній необхідно враховувати такі особливості:

1) якість повинна оцінюватися в термінах задоволеності споживачів (показники якості повинні бути в першу чергу підпорядковані вимогам клієнтури і максимально можливо враховувати її інтереси);

2) якість повинна оцінюватися окремо для різних груп споживачів (для різних груп споживачів ступінь важливості окремих характеристик послуги може сильно відрізнятися, тому зведення сукупності показників якості в одне кількісне значення призводить до формування недостатньо інформативних моделей якості);

3) при оцінці якості послуг транспортно-логістичних компаній необхідно визначати ступінь задоволення вимог споживачів, тобто розраховувати рівень якості (при оцінці якості послуг транспортно-логістичних компаній необхідно оцінювати ступінь відповідності

послуг вимогам клієнтури, що дозволить стежити за наближенням рівня якості до еталону, відповідному вимогам клієнтури);

4) оцінку якості послуг транспортно-логістичних компаній необхідно проводити регулярно (у споживачів можуть змінюватися потреби і очікування, що веде до необхідності регулярної переоцінки якості з метою підтримки його рівня);

5) при оцінці рівня якості ТЕО необхідне встановлення узагальненого комплексного показника якості (необхідного для об'єктивної узагальнюючої оцінки конкурентних можливостей організації, а також для оцінки ефективності заходів з підвищення якості шляхом зіставлення одержуваного комплексного показника якості).

Рівень якості послуг транспортно-експедиторських компаній або рівень обслуговування включає створення системи процесів, спрямованих на надання послуг конкретним замовникам, супровід процесу надання послуги, взаємодія із замовником і його представниками і т.п. На цьому рівні ключовими факторами є якість виконання постачальником обумовлених вимог та умов, а також компетентність і ввічливість персоналу постачальника послуги по відношенню до замовника. Можна виділити базовий та додатковий рівень обслуговування.

Базовий рівень обслуговування транспортно-експедиторський компаній – це той мінімальний рівень транспортно-експедиторського обслуговування, що надається всім споживачам. Послуги з доданою вартістю представляють собою унікальні чи особливі дії, які здійснюються фірмами поодинці або спільно заради підвищення своєї продуктивності та ефективності і які в силу цього сприяють зміцненню договірних відносин. Всі споживачі обслуговуються на певному однаковому рівні, що дозволяє завоювати і зберегти загальну споживчу лояльність. Доступність обслуговування має на увазі наявність запасів в потрібному для споживачів місці, можливість персоналу допомогти клієнту, швидкість здійснення послуг, доречність часу виконання послуги для клієнта. Підтримка високого ступеня доступності запасів вимагає ретельного планування, а не просто розподілу запасів по складах на основі прогнозів обсягу продажів. Для цього необхідні інтеграція всіх ресурсів логістики і чітка націленість на конкретні параметри доступності для конкретних споживачів [2, 4].

На додатковий рівень обслуговування може претендувати клієнт, який відповідає певним вимогам, наприклад, якщо він готовий закуповувати відповідні обсяги продукції, гарантує відмову від використання послуг конкурентів і т.д. Підвищені рівні якості повинні

визначатися такими критеріями, як можливість термінової відправки вантажу, можливість прискореної доставки вантажу, комплексне обслуговування (надання всіх основних і додаткових послуг за єдиним договором), можливість надання бонусних (безкоштовних або зі знижкою) додаткових послуг з метою залучення додаткових обсягів перевезень.

Максимально високий рівень якості транспортно-експедиторських послуг може бути досягнутий тільки за пропозиції замовникам комплексу послуг. Іншими словами, логістичний провайдер не тільки організовує перевезення вантажу, але і готовий виконати масу різноманітних супутніх послуг: комплектування та збереження вантажів, документальне оформлення перевезення, розрахунки з перевізниками та провайдерами інших видів послуг, здійснення інформаційного забезпечення/супроводження перевезення. А в разі виконання міжнародного перевезення можуть додатися ще і послуги з митного оформлення вантажів. В умовах ринку обслуговування з більш широким асортиментом пропонованих послуг, ніж це необхідно споживачу, останньому цей комплекс послуг обходиться дорожче [3, 5, 6], тому необхідно чітко розуміти, що ніяка послуга не може бути нав’язана споживачу.

Для оцінки якості послуг транспортно-експедиторських компаній необхідно виходячи з запропонованих критеріїв сформулювати та розрахувати показники оцінки якості, які представляються в ієрархічній структурі, що в повній мірі повинна відповідати специфікації бізнесу транспортно-експедиторських компаній і характеризувати усі аспекти їх фінансово-виробничої діяльності.

При оцінці рівня якості послуг транспортно-експедиторських компаній необхідне встановлення узагальненого комплексного показника якості. Це потрібно для об'єктивної узагальнюючої оцінки конкурентних можливостей організації, а також для оцінки ефективності заходів з підвищення якості шляхом зіставлення одержуваного комплексного показника якості. Комплексний показник якості послуг – це показник, що характеризує декілька її властивостей.

Розрахунок інтегрального показника якості послуг транспортно-експедиторських послуг надає можливість оцінити рівень обслуговування компанії та визначити, що відбулося протягом розглянутого періоду, - його поліпшення чи погіршання.

Оцінка якості транспортно-експедиторських послуг надає можливість оцінити рівень обслуговування компанії та розробити систему заходів, спрямованих на підвищення якості послуг транспортно-експедиторських компаній.

Література

1. Беспалова Р. Підвищення якості транспортно-експедиторських послуг / Р. Беспалова: Стаття [електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.iteam.ru/publications/logistics/section_73/article_3509/

2. Кучерук Г.Ю. Якість транспортних послуг: управління, розвиток та ефективність: Монографія / Г.Ю. Кучерук – К.: ДЕТУТ, 2011. – 208 с.

3. Майорова І.О. Проблеми ефективності управління якістю транспортно-експедиторського обслуговування / І.О. Майорова, О.С. Нечепуренко // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. - 2014. - Вип. 4. - С. 92-110. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rmegt_2014_4_9

4. Матвієнко М.В., Щербина В.В., Бондаренко В.І. Управління якістю послуг транспортно-логістичних компаній // Розвиток методів управління та господарювання на транспорті. - 2017. - Вип. 3. - С. 131-146. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/rmegt_2017_3_11

5. Москвиченко И.М., Стадник В.Г. Управление качеством транспортно -экспедиторского предприятия // Економічні інновації: Зб. наук. праць. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2011. – Вип. 46. – С. 289 - 294.

6. Стаднік В.Г. Проблеми формування та управління якістю обслуговування в транспортно-експедиторських компаніях / В.Г. Стаднік, А.Г. Пятих // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. - 2017. - Вип. 1(2). - С. 30-35. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evzdia_2017_1(2)__8.

УДК:658.155:005.21

Семенова В.Г., д.е.н., професор
Калмазан Ю.А., студентка
Одеський державний економічний університет

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ ЗРОСТАННЯ ОБСЯГУ ПРИБУТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Головною метою кожного комерційного підприємства є одержання максимального прибутку, тому на сучасному етапі розвитку економіки необхідно вирішувати нові задачі для його максимізації.

Прибуток підприємства – головне джерело його розвитку. Максимізація прибутку можлива лише за умов ефективного управління структурою капіталу підприємства, його витратами та доходами,

якісного управління вхідними та вихідними грошовими потоками.

Про таку категорію як прибуток економісти та підприємці заговорили досить давно, а точніше з моменту виникнення торгівлі як виду економічної діяльності. К. Маркс і Ф. Енгельс розглядали прибуток як приріст капіталу. А. Сміт першим визначив прибуток як суму, що може бути витрачена без посягання на капітал. Лауреат Нобелівської премії Дж. Хікс зробив уточнення щодо цього визначення, указавши, що прибуток – це сума, яку людина може витратити протягом певного періоду і наприкінці цього періоду мати такий же статок, що й спочатку [1, с. 186–187]. Такої ж точки зору дотримуються і більшість сучасних вітчизняних та зарубіжних економістів.

Господарський кодекс України визначає прибуток (доход) суб'єкта господарювання як показник фінансових результатів його господарської діяльності, що визначається шляхом зменшення суми валового доходу суб'єкта господарювання за певний період на суму валових витрат та суму амортизаційних відрахувань [2, с. 142].

На основі аналізу визначень науковців формуємо власне визначення: «прибуток – це фінансовий результат виробничої, комерційної, науково-дослідної та іншої діяльності підприємства, абсолютний показник, який характеризує ефективність проведення цієї діяльності».

На формування прибутку підприємства впливають певні фактори. Фактори – це елементи, причини та умови, які розглядаються як рушійні сили економічних явищ, які відбуваються, а також процесів, дія яких з рештою знаходить відображення в абсолютних величинах, темпах зростання, рівнях, конкретних показників або груп економічних ознак.

Аналізуючи показники прибутку необхідно визначити всі можливі фактори, які мають вплив на їх величину, вміти застосувати методику розрахунку впливу цих факторів на узагальнюючі показники ефективності. Управління цими факторами дасть змогу створити на підприємстві механізм пошуку резервів збільшення прибутку [3, с. 299].

Серед науковців в основному переважає думка щодо поділу усіх факторів на внутрішні і зовнішні. Внутрішні фактори, в свою чергу, поділяються на основні та неосновні. Основними внутрішніми факторами, які залежать від роботи підприємства є: обсяг продажу продукції; товарна структура продукції; організація процесу продажу товарів; організація руху товару; чисельність і склад працівників; продуктивність праці працівників підприємства; форми та системи економічного стимулювання праці; виконання норм щодо темпів зростання виробництва, реалізації, оплати праці; фондоозброєності і технічної озброєності праці працівників; стан матеріально-технічної бази; фізичний та моральний знос основних засобів; фондовіддача;

склад та структура оборотних коштів; організація роботи щодо своєчасного стягнення дебіторської заборгованості; вживаний порядок ціноутворення; режим економії; ділова репутація.

Неосновні фактори – це фактори, які пов'язані з порушенням господарської дисципліни (умов праці та вимог щодо якості продукції, наслідком чого є штрафи і економічні санкції).

Зовнішні фактори – це фактори, незалежні від роботи підприємства. Такими факторами є: розвиток конкуренції; ємкість ринку; розмір цін, що встановлюють постачальники; тарифи та ціни на транспортні послуги, енергоносії, ремонтне, комунальне господарства; державне регулювання діяльності підприємств; розвиток профспілкового руху; рівень інфляції.

Для ефективного функціонування підприємств в умовах ринкової економіки найбільше значення має визначення резервів зростання об'єму продукції, зниження собівартості, росту прибутку.

Резервом росту прибутку є зниження собівартості продукції. Знизити собівартість продукції дозволяють: економія фінансових, матеріальних і трудових ресурсів, які знаходяться в розпорядженні підприємства. На підвищення прибутку впливає, також, підвищення продуктивності праці. Механізація та модернізація виробництва також є резервом, оскільки значно зменшить кількість робітників, а це, в свою чергу, знизить витрати на оплату праці [4, с. 115-117]. Резервом підвищення рівня прибутку є збільшення кількості продукції, що випускається – чим більший обсяг виробництва, тим, за інших рівних умов, більша сума одержуваного прибутку. Одним із резервів збільшення обсягу прибутку промислових підприємств є максимальне використання вторинних ресурсів та супутніх продуктів [5, с. 196]. Резервом збільшення прибутку підприємств є ліквідація невиробничих виплат на заробітну плату, на оплату цілодобових та внутрішньозмінних простоїв, доплат за працю в додатковий час тощо Також важливе значенні для підвищення прибутку має маркетинг.

На сьогоднішній день економічний стан українських підприємств характеризується як стан, в якому підприємствам потрібно вести постійну боротьбу за виживання. Питання розробки стратегічних напрямів для стійкого отримання прибутку в умовах зовнішнього середовища стає все більш актуальним. Планування прибутку – це розробка системи заходів, спрямованих на забезпечення отримання прибутку в необхідних обсягах і ефективне його використання відповідно до завдань розвитку підприємства в майбутньому. Стратегія планування отримання прибутку на підприємстві в довгостроковій перспективі створює для підприємства стійкі конкурентні переваги.

Одним із найважливіших завдань підприємства є оптимальне управління прибутком. Процес управління прибутком підприємства переслідує певні цілі. До них відносяться:

- максимізація накопиченого капіталу власників;
- підтримка прийнятого рівня самофінансування підприємства;
- забезпечення конкурентоспроможності;
- забезпечення ліквідності та платоспроможності підприємства;
- максимізація ринкової вартості;
- підтримка інвестиційної привабливості підприємства.

Важливими критеріями, які необхідно обов'язково враховувати у процесі формування стратегії управління прибутком підприємства є базова економічна стратегія та стадія життєвого циклу суб'єкта господарювання, які визначають ключові напрями реалізації управлінського впливу на прибуток підприємства для забезпечення підвищення прибутковості, ринкової вартості та економічного розвитку підприємства у довгостроковій перспективі .

Концептуальні засади стратегічного управління прибутком виділяють такі етапи: стратегічне планування, стратегічна організація і стратегічний контроль.

Виділяють наступні типи стратегій управління прибутком підприємства [6, с. 98-99]:

1. Агресивна (наступальна) – передбачає забезпечення максимізації рівня реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) через стимулювання збуту з метою підвищення рівня прибутку підприємства
2. Захисна - забезпечує контроль витрат для збільшення прибутку підприємства як різниці між абсолютною величиною доходів та витрат (є ефективною у довгостроковій преспективі).
3. Диверсифікована – є вираженням компромісу між агресивною і захисною стартегіями, що в свою чергу дає змогк взаємоузгодити переваги та недоліки обох типів стратегій управління прибутком.

Отже, отримання прибутку і його максимізація є кінцевою метою діяльності будь-якого підприємства. Саме тому, стратегічне управління прибутком підприємтсва являється важливим чинником функціонування підприємства і основою досягнення цілей підприємства. Таким чином, при стратегічному управлінні прибутком необхідно враховувати специфіку, аспекти розвитку підприємтсва, етап життєвого циклу і стратегію управління підприємством, і вже виходячи з цього формувати і обирати ту чи іншу стратегію управління прибутком задля ефективної діяльності підприємства та забезпечення бажаного рівня прибутку.

Список літератури

1. Хендриксен Э.С. Ван Бреда М.Ф. Теория бухгалтерского учета: Пер. с англ.; под ред. проф. Я.В. Соколова. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 576 с.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 № 436 – IV [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/436-15.
3. Янковий О.Г. Фактори формування прибутку підприємства / О.Г. Янковий, Г.В. Кошельок // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2011. – №3(43). – С. 298-305.
4. Білошапка В.А. Резерви зростання результативності бізнесу в умовах економічного спаду / В.А. Білошапка // Актуальні проблеми економіки. – 2013. – № 1(155). – С. 115–117
5. Добровольська О. В. Резерви підвищення прибутковості в умовах ринку / О. В. Добровольська, В. О. Терещенко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. – 2015. – №13. – С. 194-197.
6. Бідник Н. Б. Стратегія управління прибутком підприємства / Н. Б. Бідник // Економіка України. – 2009. – № 7. – С. 97–99.

УДК 005.936.4

Сингаївська К. П., магістрант, гр. ПВМ-3, ФБСО
Науковий керівник: Орлова К. Є., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ МАЙНОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

За сучасних ринкових умов, які характеризуються нестабільністю та глобалізацією економічних відносин, підвищенням конкуренції, для підприємства надзвичайно важливою є здатність ефективно формувати та використовувати майнові ресурси, а також об'єктивно оцінювати і використовувати майновий потенціал. Поняття майнового потенціалу підприємства не має однозначного визначення в сучасній економічній науці. Відтак, окреслення сутності майнового потенціалу є важливою передумовою подальших досліджень особливостей його формування, оцінювання та використання на підприємстві.

Теоретичні аспекти формування та використання потенціалу підприємства досліджено в працях таких українських і зарубіжних економістів, як А. І. Анчишкін, Л. І. Абалкін, В. М. Архангельський, І. О. Джаін, Т. В. Калінеску, Н. С. Краснокутська, І. І. Лукінов,

Р. В. Марушков, І. М. Рєпіна, О. С. Федонін, Н. І. Чухрай та ін. Проблеми управління майновим потенціалом підприємства відображено у працях таких вчених, як М. В. Білошкурський, А. І. Волков, О. Г. Денисюк, О. К. Добикіна та ін. Зважаючи на вагомий науковий доробок у визначеній сфері, маємо зауважити, що в економічній літературі на сьогоднішній день немає єдиного підходу до визначення сутності та складових майнового потенціалу підприємства, що визначає актуальність подальших досліджень.

Термін «потенціал» походить від латинського слова potential, що означає «сила», «міць», «потужність», «здатність», «приховані можливості», «спроможність бути». Словник іншомовних слів трактує поняття потенціал як сукупність усіх наявних засобів, можливостей, продуктивних сил та ін., що можуть бути використані в якій-небудь галузі, ділянці, сфері [1]. Дане визначення є занадто широким, щоб використовувати його для економічних досліджень, хоча певні особливості потенціалу висвітлені.

За результатами проведеного аналізу літературних джерел виділимо п’ять основних підходів, які визначають поняття «потенціал підприємства»: факторний, ресурсний, за потужністю, цільовий.

Вчені, які формують ресурсний підхід, розглядають потенціал підприємства як сукупність або систему ресурсів, якими володіє суб’єкт господарювання. Факторний підхід розглядає потенціал підприємства як сукупність елементів або факторів виробництва, що поєднані у процесі виготовлення продукції. Результатом такого поєднання є створення нової вартості. Цільовий підхід визначає потенціал як можливість досягнення поставленої мети, виконання поставлених завдань чи розв’язання задач.

Отже, потенціал підприємства можна охарактеризувати як вміння підприємства якомога вигідніше використовувати та залучати ресурси (матеріальні, трудові, фінансові, інформаційні, управлінські та ін.) для виробництва продукції з метою забезпечення сталого функціонування та розвитку підприємства, а також можливість досягати поточні і стратегічні завдання діяльності на ринку.

Майновий потенціал, у свою чергу, є компонентом економічного потенціалу, що визначає його особливості та характеристики. Основні підходи до визначення сутності майнового потенціалу відображено у табл. 1.

Таблиця 1

Визначення поняття «майновий потенціал»

Автори	Визначення
1	2
Г. О. Партин, С. Я. Фаріон [7]	Майновий потенціал підприємства є цілісною системою, що охоплює сукупність підсистем та їхні взаємозв'язки, які утворюють нові характеристики та можливості
	Майновий потенціал підприємства характеризується не тільки обсягами, структурою та станом його майна, а й можливостями щодо покращення його використання та оптимізації структури майна відповідно до завдань розвитку підприємства та зміни умов оточуючого підприємницького середовища
	Майновий потенціал підприємства характеризує можливості ефективно використовувати майно, що перебуває в користуванні підприємства, та, за потреби, здійснювати його мобілізацію у процесі виробничо-господарської діяльності з метою забезпечення сталого функціонування й розвитку підприємства на ринку
О. Г. Денисюк [3; 4; 5]	Майновий потенціал підприємства – сукупність можливостей майнових об'єктів, які контролюються підприємством у результаті минулих подій, функціонують у матеріальній, нематеріальній, фінансовій формах, системно використовуючи їх у господарській діяльності підприємство очікує отримати економічні вигоди, включаючи синергетичний ефект у майбутньому у формі чистого доходу, доданої вартості, чистого прибутку та власного капіталу [3]
	Сутність майнового потенціалу підприємства – сукупність можливостей, запасів і цінностей, що можуть бути використані для створення у процесі господарювання доданої вартості й, відповідно, національного багатства [4]
	Майновий потенціал підприємства є цілісною системою, що охоплює сукупність підсистем та їхні взаємозв'язки, які утворюють нові характеристики та можливості [5]
О. К. Добикіна [6]	Майновий потенціал характеризується величиною, складом і станом активів, якими володіє і розпоряджається комерційна організація для досягнення своєї мети
А. І. Волков [2]	Майновий потенціал – сукупність мобілізованих та евентуальних виробничих активів, готових до випуску конкурентоспроможної продукції з використанням доступних технологій, які забезпечують створення

	доданої вартості
М. В. Білошкурський [1]	Майновий потенціал підприємства можна визначити як сукупність ресурсів, контрольованих підприємством, що функціонують у матеріальній, нематеріальній, фінансовій формах, використо-вуючи їх, підприємство сподівається отримувати майбутні економічні вигоди у формі чистого доходу, доданої вартості та чистого прибутку

Отже, майновий потенціал підприємства визначається не лише обсягами, структурою та станом його майна, а й можливістю щодо поліпшення його використання та оптимізації структури майна відповідно до цілей розвитку підприємства і змін умов оточуючого підприємницького середовища. Можливість використання майнових цінностей підприємства та здатність до їх мобілізації залежать від впливу внутрішніх і зовнішніх щодо підприємства чинників, зокрема від обсягу майнових цінностей підприємства, рівня амортизації основних засобів, значення фінансових результатів його діяльності, рівень використання потужностей, знань, умінь та навичок, досвіду та компетентності персоналу, а також від розвитку системи кредитування господарської діяльності підприємства та фондового ринку тощо.

За результатами проведення дослідження можна стверджувати, що майновий потенціал підприємства – це система можливостей підприємства використовувати та залучати майнові ресурси для забезпечення виробництва продукції, сталого функціонування та розвитку підприємства, досягнення поточних і стратегічних завдань.

Список літератури:

1. Білошкурський М. В. Шляхи підвищення ефективності управління майновим потенціалом підприємства // Актуальні проблеми формування та управління потенціалом підприємств в умовах інноваційно-інвестиційного розвитку : тези доповідей Всеукр. заочної наук.-практичної конференції. Харків: Українська інженерно-педагогічна академія, 2013. С. 180–183.

2. Волков А. И. Управление имущественным потенциалом машиностроительных предприятий на основе стоимостного похода: автореф. дис. канд. экон. наук. М., 2011. 24 с.

3. Денисюк О. Г. Майновий потенціал підприємства: сутність, відтворення, управління: автореф. дис. канд. екон. наук. К.: Український науково-дослідний інститут продуктивності АПК, 2010. 21 с.

4. Денисюк О. Г. Система управління майновим потенціалом підприємства // Вісник Житомирського державного технологічного університету. 2008. № 1 (43). С. 162–171.

5. Денисюк О. Г. Структура майнового потенціалу господарюючих систем // Стратегічні питання світової науки – 2009: матеріали 5-ї Міжнародної науково-практичної конференції. Перемишль : Наука і освіта, 2009. С. 17–20.

6. Добикіна О. К., Рижиков В. С., Касьянюк С. В. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посіб. К : Центр навч. л-ри, 2007. 208 с.

7. Партин Г. О., Фаріон С. Я. Економічна сутність майнового потенціалу підприємства // Бізнес Інформ. 2013. № 6. С. 296–301.

УДК 377.002.2:658.002.8

Сівак Т.О., магістрант кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносин,
Державний університет «Житомирська політехніка»

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ МОРАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНОГО КЛІМАТУ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВА

Системи управління персоналом, що використовуються вітчизняними підприємствами, показали свою недосконаліть та неефективність, наслідками чого є значна плинність персоналу, низька продуктивність праці, незадовільний стан морально-психологічного клімату в трудових колективах. Відповідно наслідки цього зовсім невтішні – неефективна робота багатьох підприємств, невчасне виконання плану випуску продукції, збитковість діяльності, а в деяких випадках і банкрутство. Ефективне управління персоналом на цей час є чи не найважливішим елементом управлінської діяльності підприємства. Жодна організація не буде працювати злагоджено, якщо керівництвом не приділятиметься достатньо уваги організаційній структурі управління, системі мотивації та соціальному захисту працівників, стану морально-психологічного клімату в колективі.

В Україні існує низка нагальних проблем, які потрібно вирішувати вже сьогодні. Значна частина цих проблем пов’язана з формуванням на підприємствах трудового потенціалу. За умови підвищення ефективності формування трудового потенціалу можна знайти такі методи, які дозволять створювати колективи на підприємствах та з мінімальними витратами будуть приносити очікуваний прибуток. З цією метою слід використовувати досвід розвинутих країн світу. У

цьому зв'язку маємо відзначити, що існує декілька основних моделей менеджменту – класична японська та американська моделі, модель ЄС, кожна з яких має свої особливості та комбінує певні елементи з інших моделей. Так, американська філософія бізнесу побудована на традиціях конкуренції та заохоченні індивідуалізму робітників з чіткою орієнтацією на прибуток компанії і залежність власного доходу від нього. Характерною рисою є чітка постановка цілей, висока оплата персоналу, заохочення споживацьких цінностей, соціальні гарантії.

Особливістю системи управління персоналом США є використання найбільш доцільної системи оплати праці, постійна атестація службовців з метою кар'єрного просування, оцінювання ефективності організації праці та оснащеності робочих місць працівників. На підприємствах проводиться постійне оцінювання заслуг працівників.

Широке поширення в останні роки в американських корпораціях отримала система «Pay for Performance» – «плата за виконання», яка має на увазі використання будь-яких способів оплати праці, при яких винагорода, що одержується працівником, залежить від індивідуальних і групових відмінностей в їх діяльності. Це виражається в системах гнучкої оплати праці, системі змінної оплати.

У роботі з персоналом американські компанії важливого значення надають удосконаленню організації і стимулювання праці. Вони все частіше відмовляються від ієрархічних структур, ліквідовують вертикальні управлінські ланки, розширюють коло відповідальних осіб за виконання виробничих завдань, переміщують повноваження у межах робочої групи (бригади) [3, с. 72–73].

Американські менеджери традиційно орієнтовані на індивідуальні цінності і результати [2, с. 111]. Вся управлінська діяльність в американських компаніях ґрунтується на механізмі індивідуальної відповідності, оцінюванні індивідуальних результатів, розробки кількісних виражень цілей, які мають короткотерміновий характер. Управлінські рішення, як правило, ухвалюють конкретні особи і несуть відповідальність за їх реалізацію.

Не можемо залишити поза увагою японську практику управління персоналом. Особливість цієї системи полягає у гнучкій системі групової відповідальності за кінцеві результати роботи, стимулювання працівників та система зв'язків здійснюється на горизонтальному рівні. Ця система передбачає першочергове вивчення особливостей працівника, його сильних і слабких сторін, а вже в межах отриманих результатів йому надається посада, визначаються службові обов'язки та оснащується робоче місце.

В Японії не існує традиції розподілу працівників на три категорії

(висококваліфікованих, малокваліфікованих і некваліфікованих). Всі робітники в момент прийняття їх на роботу є некваліфікованими. Вони обов'язково будуть підвищувати свою кваліфікацію. До того ж тут немає чіткої межі між інженерно-технічним персоналом і робітниками.

Японські корпорації в більшій мірі використовують відданість компанії. Досягається це шляхом ототожнення інтересів службовців з інтересами корпорацій. Крім того, значне місце приділяється системі довічного наймання робітників і службовців, обліку трудового стажу та пов'язаної з ним заробітної плати, прямим зв'язкам, просуванню і ротації персоналу, системі професійного навчання працівників. Ключовою ідеєю такої системи є повага до людей, забезпечення для них сприятливих умов праці.

У Японії і вищі посадові особи, і рядові виконавці вважають себе представниками корпорації. І ті й інші організаційні рішення (система пільг, премії при одержанні компанією великого прибутку, оплата більшої частини лікарняних витрат, продаж і здача в оренду житлових будинків працівникам по більш низькій ціні, позики на покупку житлових будинків по більш низькому відсотку) дозволяють забезпечувати унікальний морально-психологічний клімат [4, с. 62].

Японська філософія менеджменту ґрунтується на традиціях поваги до старших, колективізму, загальної згоди, ввічливості, відданості фірмі, довічного найму співробітників великих компаній, створення умов для ефективної колективної праці. Ось це саме ті критерії, яких дуже не вистачає на вітчизняних підприємствах, де практично відсутні культура спілкування в трудовому колективі, вболівання за колег та ефективність кінцевих результатів діяльності підприємства. Враховуючи той факт, що в японських фірмах практично відсутня плинність персоналу, вже саме по собі передбачає і високий рівень продуктивності праці, й високий рівень морально-психологічного клімату, й бажання бездефектно та ефективно працювати.

Своєрідною є система участі працівників в управлінні виробництвом, що склалася в Німеччині. Вона включає: спільну участь у наглядових радах фірм представників капіталу й найманої праці; існування «робітника-директора»; виробничі ради на підприємствах, які складаються з робітників. Останні створюються на підприємствах, що мають не менше 5 постійних найманих працівників із правом голосу (вік понад 18 років, стаж роботи не менше 6 місяців). При цьому роботодавці зобов'язані надавати найманим працівникам і раді підприємства відповідну інформацію, приймати від них запити та пропозиції, вивчати й враховувати думку ради підприємства з питань соціально-економічного розвитку останнього [1, с. 140–147].

На підприємствах Франції до працівників висуваються високі вимоги, зумовлені жорсткою конкуренцією на ринку праці. Особливо приділяється увага професійній перепідготовці персоналу: просування по службі можливе лише за умов постійної перепідготовки та підвищення знань працівника, навчання всіх без виключення працівників за окремими спеціалізованими на підприємствах програмами; працівники постійно інформуються про стан підприємства та нові внутрішні вакансії.

На італійських підприємствах на півночі країни більшістю підприємств використовуються американські методи формування стратегії персоналу. В південних районах управління персоналом здійснюється без певної системи. В Італії, практично, «радянська» система професійного відбору та переміщення персоналу на основі суб'єктивних факторів: родинних і товариських зв'язків та ін. Відсутні стимули, що сприяють підвищенню кваліфікації працівників.

Узагальнюючи досвід управління персоналом на зарубіжних підприємствах, можна сформувати головну ціль системи управління персоналом: забезпечення кадрами, їх ефективне використання, професійний і соціальний розвиток, забезпечення задовільного морально-психологічного клімату в колективі.

Отже, зарубіжний досвід зібрав безліч позитивних тенденцій процесу управління персоналом, який однозначно варто використати на практиці вітчизняними підприємствами. Існуюча практика роботи в сфері управління персоналом в Україні не забезпечує якісного оновлення персоналу, фахівців і керівників. Відсутня на підприємствах і єдина система роботи з персоналом, насамперед система науково обґрунтованого вивчення здібностей і схильностей, професійного і посадового просування працівників. Через це, як правило, відділи з управління персоналом не здатні взяти на себе роль служб, які б забезпечували весь комплекс заходів, що гарантують якість підбору та розстановки працівників. Слід також зазначити ерозію традиційних цінностей, що призводить до серйозних розладів особистих переконань і цінностей. Стреси, тиск і невизначеність у все більшій мірі використовуються в менеджменті персоналу. Все це безумовно погіршує стан морально-психологічного клімату в колективі.

Список літератури:

1. Базалійська Н.П. Світовий досвід управління трудовою діяльністю персоналу в країнах з розвиненою ринковою економікою / Н.П. Базалійська // Інноваційна економіка. – 2015. – №1. – С. 138–142.

2. Душкіна О. Американський досвід відбору персоналу /

О. Душкіна // Формування освітнього простору в умовах інформаційного суспільства: матер. міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., 26–27 квітня 2018 р. – Запоріжжя: ЗДІА, 2018. – С. 111–113.

3. Кулик Я.О. Вітчизняний та закордонний досвід управління персоналом / Я.О. Кулик, Н.О. Чен // Вісник Черкаського університету. – 2015. – №12. – С. 70–75.

4. Лібусь Т. Зарубіжний досвід управління персоналом / Т. Лібусь // Матеріали VI всеукраїнської студентської науково-технічної конференції «Природничі та гуманітарні науки. Актуальні питання», 25–26 квітня 2013 р. – Т.: ТНТУ, 2013. – Том 2. – С. 62.

УДК 338.2

Сімайкін С.Г., магістрант кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносин,
Державний університет «Житомирська політехніка»

ПРОВЕДЕННЯ СПІВБЕСІДИ З ПЕРСОНАЛОМ ЯК НАПРЯМ КАДРОВОЇ РОБОТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Проведення співбесіди з працівниками є частиною кадрової роботи на будь-якому підприємстві. На практиці, зазвичай, застосовуються такі види співбесіди з кадрами:

– співбесіда з питань розвитку кар'єри працівників;
– щорічна планова бесіда з персоналом;
– бесіда з окремими працівниками;
– бесіда з працівниками, які звільняються.

Метою ділової бесіди з обговорення розвитку кар'єри є навчання працівників основам планування і розвитку кар'єри, роз'яснення принципів партнерства, відповідальності та можливостей сторін-учасників [1, с. 245]. Мають бути розв'язані два основні завдання зі сфери кадрової роботи:

– сформувати зацікавленість працівника в розвитку його професійної кар'єри;
– надати йому можливості для управління своєю кар'єрою.

Щорічна бесіда з працівниками проводиться з метою:

– розвитку співробітництва і спілкування;
– усунення непорозумінь і розчарувань;
– посилення самостійності та відповідальності працівника;
– зростання віддачі і задоволеності роботою;
– закріплення бажання особистого просування по службі, а також

обговорення його шляхів і можливостей.

У процесі ділової бесіди безпосередній керівник, як правило, торкається питань сильних і слабких сторін у діяльності того чи іншого працівника за результатами виконання ним виробничих завдань, організації праці на робочому місці, забезпечення сприятливого морально-психологічного клімату в трудовому колективі, одержання, поширення та якості інформації на підприємстві, бажань працівника щодо розвитку його кар'єри, його проблем у трудовому колективі та у побуті.

Звичайно на бесіду з кожним працівником витрачається до 2 год. [2]. Така бесіда завжди носить конфіденційний характер. Працівники мають право відмовитися від неї без наслідків у подальшому. У ході її проведення керівник має можливість сформувати своє ставлення до працівника, простежити за реакцією співробітників на його дії, вплинути на поліпшення морально-психологічного клімату в колективі.

Інтерв'юйований працівник має можливість оцінити ступінь правильності його сприйняття в очах керівника, зіставити стиль своєї роботи із завданнями підприємства, внести раціоналізаторські пропозиції щодо поліпшення виробничих і міжособистісних відносин, а також розв'язання конкретних виробничих завдань.

По закінченні бесіди працівник заповнює анкету, яка потім передається у службу персоналу підприємства (відділу кадрів або менеджеру з персоналу). У ній записуються пропозиції керівника щодо підвищення кваліфікації працівника та розвитку його кар'єри, побажання поліпшити робоче місце, умови праці та ін. Тут також викладаються пропозиції працівника, які не знайшли відгуку в керівника.

Проведення бесід з деякими працівниками спрямоване, як правило, на розв'язання поточних проблем і не має системного характеру. Воно застосовується в разі розв'язання конфліктних ситуацій, виробничих проблем, ухвалення рішення про покарання і навіть можливе звільнення працівника. Проведення бесід з працівниками, яких звільняють, дає можливість виявити причини їхнього звільнення, ще раз оцінити об'єктивність покарання (в разі звільнення з ініціативи власника або уповноваженого ним органу), виявити здатність до управління персоналом у їхніх безпосередніх керівників та ін.

Отже, важливою частиною кадрової роботи на будь-якому підприємстві є проведення співбесіди з працівниками з питань розвитку кар'єри працівників, щорічна планова бесіда з персоналом, бесіда з окремими працівниками, а також з тими працівниками, які звільняються. Проведення таких видів ділової бесіди з працівниками

дасть можливість розробити комплекс заходів з усунення виявлених недоліків у роботі підприємства і підвищити якість кадрової роботи.

Список літератури:

1. Марцінковська О. Планування ділової кар'єри як умова ефективного розвитку персоналу / О. Марцінковська // Економічний аналіз. – 2012. – Вип. 10. Ч. 4. – С. 245–248.

2. Стрельбіцький П.А. Управління персоналом: навч. посібн. / П.А. Стрельбіцький, О.В. Рарок, Л.А. Рарок. – Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин Я.І., 2015. – 180 с.

УДК 338.1

Сімчук А. Р., магістрант, гр. ЗПВ-18м, ФБСО
Науковий керівник: Сотник А. А., к.е.н.
Державний університет «Житомирська політехніка»

МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах євроінтеграційних перетворень економіки України відбувається швидкоплинність зміни чинників зовнішнього та внутрішнього функціонування підприємства, які в більшості випадків викликають загрозу його економічним інтересам, створюючи високий рівень економічних ризиків. Існує безліч конкретних загроз, з якими фірма зіштовхується у своїй діяльності. Економічна безпека підприємства формує стійкий розвиток, - безперервний і збалансований, що досягається на основі включення усіх видів ресурсів та підприємницьких резервів.

Сучасна економічна практика вже запропонувала конкретні методи і механізми вирішення таких проблем. Управління економічною безпекою вимагає скорочення цих методів і механізмів в єдину систему, засновану на загальних принципах і критеріях оцінки економічного стану господарюючого суб'єкта. Ці принципи і критерії дозволили б виявляти й усувати виникаючі загрози і виробляти стратегічні рішення, що забезпечують стійкість компанії.

Зважаючи на те, що економічна безпека є підсистемою економічного механізму підприємства, механізм її убезпечення повинен формуватися в структурі останнього, тобто через систему управління економічними відносинами шляхом використання певних фінансово-економічних важелів, принципів, фінансово-економічних методів, інструментів, за

допомогою фінансових досліджень, які дозволяють досягти основну мету підприємства [1; 4].

Під механізмом забезпечення економічної безпеки функціонування підприємства розуміємо цілісну систему, яка складається з відносно самостійних, окремих, але одночасно і взаємодіючих та взаємопов'язаних структурних складових елементів. До базисних елементів механізму відносяться: суб'єкти, об'єкти, форма організації виробництва, господарські чи економічні зв'язки (взаємовідносини), система управління, стимулів, фінансування, планування, оподаткування, загрози, ціноутворення, фінансові інтереси, принципи, інструментарій (методи, критерії та індикатори, фінансово-економічні важелі й інструменти), нормативно-правове та інформаційне забезпечення.

Об’єктом безпеки виступає все те, на що спрямовані зусилля щодо забезпечення економічної безпеки (фінансово-економічна діяльність, активи, капітал, зобов’язання тощо).

Для забезпечення економічної безпеки на підприємстві повинні функціонувати спеціальні органи – суб’єкти економічної безпеки. Суб’єктами економічної безпеки підприємства є ті особи, підрозділи, служби, що безпосередньо займаються забезпеченням економічної безпеки. Це можуть бути: керівник підприємства, аналітики з економічної безпеки та ін. Не слід забувати і про власників підприємства, які досить часто теж беруть участь в управлінні підприємством у якості керівників або менеджерів [8].

Вважаємо, що головними суб’єктами управління економічною безпекою підприємства є саме керівник підприємства, бухгалтер, спеціаліст фінансового моніторингу та юридичний відділ. Таким чином, в обов’язки бухгалтера входитиме формування облікової політики, ведення бухгалтерського обліку та своєчасне подання достовірної і повної інформації.

Система методів управління економічною безпекою підприємства утворюється із наступних основних прийомів і способів: прийоми аналітики, розрахунку, оптимізації; балансовий метод; метод техніко-економічних показників; економіко-статистичні й економіко математичні методи; методи дисконтування вартості; експертні методи (методи експертних оцінок); методи нарощення вартості; методи амортизації активів тощо [3; 4].

Наявність сформованої системи ще не забезпечує ефективність її діяльності, так як необхідно мати напрям, у якому дана система повинна рухатись – саме таким напрямом і є політика економічної безпеки. Під політикою економічної безпеки підприємства слід розуміти систему

поглядів, рішень, дій в галузі економічної безпеки, що створюють сприятливе середовище для досягнення цілей бізнесу.

Механізм управління економічною безпекою підприємства являє собою сукупність основних елементів впливу (ризиків, загроз, функцій, інструментів, методів, об'єктів, суб'єктів, тощо) на процес розробки і реалізації управлінських рішень по забезпеченню захисту його фінансових інтересів від різних загроз. Система такого механізму формується в рамках самого підприємства, відповідно регламентуючи методичні підходи щодо розробки управлінських рішень в області забезпечення його економічної безпеки суб'єктами впливу (керівник, фінансові спеціалісти, юристи). Основу формування цього механізму становить фінансова філософія підприємства. У процесі формування системи управління економічною безпекою підприємства такі механізми визначаються в розрізі окремих пріоритетних фінансових інтересів, які потребують захисту від різних загроз [5, с. 8].

Враховуючи чинники впливу економічної безпеки, ґрунтуючись на фінансових показниках, виникає необхідність розробки стратегії економічної безпеки підприємства, що враховується в загальній генеральної стратегії підприємства. Контроль реалізації стратегії є початком і кінцем циклу стратегічного управління і здійснюється шляхом моніторингу і аналізу факторів загроз і оцінкою рівня економічної безпеки (стану економіки) підприємства.

Функціонування механізму забезпечення економічної безпеки підприємства відбувається шляхом здійснення певних дій над її об'єктами. При цьому для кожного окремого проміжку часу повинен бути визначений пріоритетний об'єкт, відповідальність за оптимізацію параметрів якого повинна бути закріплена за конкретним суб'єктом економічної безпеки підприємства. Серед означених об'єктів: прибуток, структура й обсяги капіталу, зовнішні/внутрішні джерела фінресурсів, елементний склад грошових потоків, активні/пасивні операції, економічні ризики, інвестиції, система економічних інновацій, тощо. Функції суб'єкта економічної безпеки підприємства за врахуванням його розміру останнього покладаються, як на окремого спеціаліста, так і на певний структурний підрозділ.

В системі функціонування такого механізму покладена важливість і необхідність у забезпеченні його стабільності. Врахування особливостей і сценаріїв розвитку подій, їх змістів, можливих рівнів ризику створюють можливості коректності його урегулювання й ліквідації шкідливих наслідків окремих негативних складових внутрішнього й зовнішнього середовищ.

Таким чином, економічна безпека підприємства - це стан його

захищеності, яке забезпечується при органічному симбіозі досягнення результатів діяльності підприємства і формуванні його можливостей. Розглянута структура механізму забезпечення економічної безпеки характеризує її як ефективну координуючу систему із убезпечення економічної безпеки на підприємстві. В основі такого механізму створюється системне поєднання відповідних методів, заходів, інструментів, сценаріїв розвитку, інформаційно-аналітичного й важелів забезпечення, створюваних на засадах принципів забезпечення економічної безпеки, які об'єктивно існують як економічні закономірності, а також виробляються суб'єктами управління економічної безпеки підприємства для захисту, безпеки та вирішення поставлених завдань.

Список літератури:

1. Афанасьєв М.В. Економіка підприємства: підруч. для студентів / М.В. Афанасьєв // ВНЗ. Харків: Інжек, 2013. 660 с.

2. Васильців Т.Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення: монографія / Т.Г. Васильців // Львів : Ліга-Прес, 2012. 386 с.

3. Живко З.Б. Механізм управління системою економічної безпеки підприємства / З.Б. Живко // Науковий вісник Ужгородського університету. Сер.: Економіка. 2014. Вип. 3. – С. 37-42.

4. Івченко Є.А. Організаційно-економічний механізм управління трансформаціями у системі економічної безпеки підприємства / Є.А. Івченко // Економіка. Фінанси. Право. 2018. №1(3). С. 47-53.

5. Користін О.Є. Економічна безпека: навчально-методичний комплекс. / О.Є. Користін, Л.В. Герасименко // К.: КНУВС, 2008. 28 с.

6. Прохорова В.В. Управління економічною безпекою підприємств: Монографія. / В.В. Прохорова // Харків: УкрДАЗТ, 2010. 282 с.

7. Туленінова Д.М. Формування механізму управління системою економічної безпеки підприємницької діяльності. / Д.М. Туленінова // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. 2015. Вип. 14(4). С. 98-100.

8. Prokopenko O.V., Domashenko M.D., Shkola V.Y. Management features of economic security in foreign economic activity of Ukrainian machine-building enterprises. / O.V. Prokopenko, M.D. Domashenko, V.Y. Shkola // Actual problems of the economy. 2014. № 10. С. 188-194.

УДК 65.012

Сірко А. Ю., асистент кафедри фінансів, банківської справи та страхування
Крюкова. Г.В., студентка
Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ В СУЧАСНИХ ЕКОНОМІЧНИХ УМОВАХ

Підприємство - це первинна ланка суспільного поділу праці. Воно являє собою таку форму організації господарства, при якій індивідуальний споживач і виробник взаємодіють за допомогою ринку з метою вирішення трьох основних економічних проблем: що, як і для кого виробляти. При цьому ніхто з підприємців і організацій свідомо рішенням цієї тріади економічних проблем не зайнятий (кожний вирішує це питання на індивідуальному рівні).

Успіх підприємства значною мірою залежить від підтримання відносин з інституціями, з якими воно регулярно взаємодіє, забезпечення зв'язку підприємства із суб'єктами зовнішнього середовища [2]. Отже, управління підприємством - це діяльність, спрямована на координацію роботи структурних підрозділів підприємства і персоналу, забезпечення гармонійної взаємодії з елементами зовнішнього середовища для ефективного виконання роботи з метою досягнення мети підприємства.

Основною метою діяльності підприємства має бути задоволення потреб споживача при раціональному, ефективному використанні ресурсів з метою отримання максимального прибутку, процвітання підприємства шляхом просування своєї продукції. Однак більшість керівників протягом останніх років характеризують процес функціонування свого підприємства як виживання, наголошуючи, що економічні труднощі не дозволяють здійснювати довгостроковий прогноз розвитку підприємства та формування моделі його функціонування [1].

Проблема управління розвитком підприємства складна та багатогранна, вона містить цілий спектр комплексних задач, який визначає різноманіття підходів до її вирішення.

До ключових підходів вирішення проблем розвитку корпоративного управління в Україні належать:

- удосконалення правових і функціональних засад діяльності підприємств;

- реалізація та захист інтересів інвесторів та кредиторів;
- підготовка кадрів в умовах розвитку економіки України;
- підприємницька мотивація.

Управління підприємствами України створює ряд протиріч між прагненням керівництва управляти розвитком підприємства на основі планомірної діяльності і неповною творчістю в діяльності співробітників; прагненням до стійкості розвитку підприємства як системи; цілісністю підприємства і свободою його підрозділів; науковим підходом і мистецтвом у підготовці прийняття рішень та ін.

Проведений аналіз сутності проблеми управління розвитком підприємства дозволяє виділити основні складові процесу управління розвитком, а саме: мету розвитку, стратегію розвитку, модель розвитку, структуру підприємств і модель мотивації та стимулювання ефективної діяльності процесів [3].

Кожне підприємство в Україні повинно чітко орієнтуватися у складних ринкових відносинах, правильно оцінювати стратегію подальшого розвитку, фінансовий стан свого підприємства, виходячи з найвищих і прихованих фінансових ресурсів, оскільки проблема управління розвитком підприємств як основної ланки національної економіки України нині набула пріоритетного характеру. Такі адекватні можливості повинен мати кожний трудовий колектив і кожна ланка управлінського апарату країни.

Список літератури:

1. Бова Т. В. Актуальні проблеми управління корпораціями в Україні. *Економіка та держава*. 2017. № 5. С.68-70.
2. Бондаренко О. В. Проблеми змін і розвитку системи управління діяльністю підприємств. *Економіка та держава*. 2014. №8. С.39.
3. Гречко А.В. Оцінка ефективності виробничої діяльності підприємства. *Ефективна економіка.* 2016. № 1.С. 15.

УДК 338.1+334.7

Скоробогатова Н. Є., к.е.н., доцент
Національний технічний університет України
«Київський політехнічний інститут
імені Ігоря Сікорського»

ІННОВАЦІЇ ЯК ДЖЕРЕЛО СТАЛОГО РОЗВИТКУ БІЗНЕСУ В УМОВАХ ІНДУСТРІЇ 4.0

Конкурентоспроможність бізнесу досягається за рахунок використання потенціалу його розвитку. Залежно від розміру та специфіки діяльності кожне підприємство, яке успішно функціонує на ринку, має свої особливості розвитку, дотримуючись тієї чи іншої стратегії [1]. Як свідчать статистичні дані, країни, що мають високий рівень доходів на душу населення, приділяють значну увагу саме інноваційній діяльності. Зокрема, за даними Global Innovation Index 2019 (GII-2019) [2], лідерами є інноваційно активні країни, які за класифікацією Світового Банку відносяться до країн з високим рівнем доходів (табл. 1):

Таблиця 1.

Рейтинг країн за GII-2019 (складено за даними [2])

Позиція країни у рейтингу	Країна	Значення GII-2019
1	Швейцарія	67,24
2	Швеція	63,65
3	США	61,73
4	Нідерланди	61,44
5	Велика Британія	61,30
6	Фінляндія	59,83
7	Данія	58,44
8	Сінгапур	58,37
9	Німеччина	58,19
10	Ізраїль	57,43
11	Республіка Корея	56,55
12	Ірландія	56,10
13	Гонконг, Китай	55,54
14	Китай	54,82
15	Японія	54,68
…	…	…
47	Україна	37,40
…	…	…
129	Ємен	14,49

Швейцарія, Швеція, США, Нідерланди, Велика Британія, Фінляндія та інші країни-лідери характеризуються високим рівнем розробки та впровадження інновацій, демонструють високий ступінь технологічної готовності та рівень розвитку бізнесу, багатий ресурсний потенціал, висококваліфіковану робочу силу, можливість розвивати дослідження та розробки у багатьох напрямах науки та технології. У країн із середнім рівнем розвитком інноваційної активності наявний потенціал до зростання, проте забезпеченість неповною мірою сучасними технологіями, недостатнім фінансування та необхідність кваліфікованих кадрів не дозволяють стабільно підвищувати інноваційну складову. Водночас, слід відзначити, країни із низьким рівнем інноваційної активності, які замикають рейтинг GII-2019, це переважно країни із нестабільною економічною ситуацією та низьким рівнем життя. Україна у 2019 році, нажаль, погіршила свою позицію у даному рейтингу, опустившись на 47 місце порівняно з 43 у 2018 році. Слабими сторонами країни, відповідно до даного рейтингу, є інституційне забезпечення (53,9 балів – 96 позиція), недостатня розвиненість інфраструктури (36,0 балів – 97 позиція) та ринку (43,3 бали – 90 позиція). Проте наявний людський капітал (35,6 балів – 51 позиція), бізнес середовище (34,8 балів – 47 позиція), творчі досягнення (33,5 балів – 42 позиція), знання та технологічні результати (34,6 – 28 позиція) є відносними перевагами України. За даними Державної служби статистики України [3] чисельність працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок протягом 2010 – 2018 років скорочується (рис. 1), що з одного боку пов'язано зміною методології обчислення показників, а з іншого – зі зменшенням чисельності населення України загалом та зі стрімким зменшенням висококваліфікованих досвідчених фахівців, які останнім часом активно емігрують до інших країн. Проблема забезпеченості кваліфікованими кадрами наразі доволі гостро відчувається у багатьох європейських країнах, де активно відбуваються міграційні процеси у пошуках вищого рівня оплати праці та кращих умов життя. За оцінками експертів, недостатність працівників в Україні особливо гостро відчуватиметься протягом наступних років. Що стосується кількості інноваційно-активних підприємств в Україні (рис. 2), то їх частка коливається в межах 16 – 19 % протягом 2011 – 2018 рр. [3]. Більшу частку витрат на інновації становлять витрати на придбання обладнання та програмного забезпечення, що є потенціалом для подальшого розвитку підприємств, особливо враховуючи понад 70%-вий рівень зносу основних засобів великих промислових підприємств.

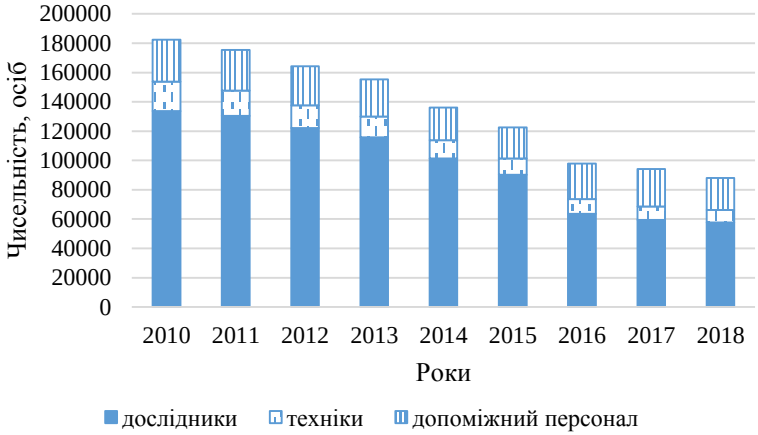


Рис. 1. Кількість працівників, задіяних у виконанні наукових досліджень і розробок за категоріями персоналу 2010-2018 рр. (побудовано за даними [3])

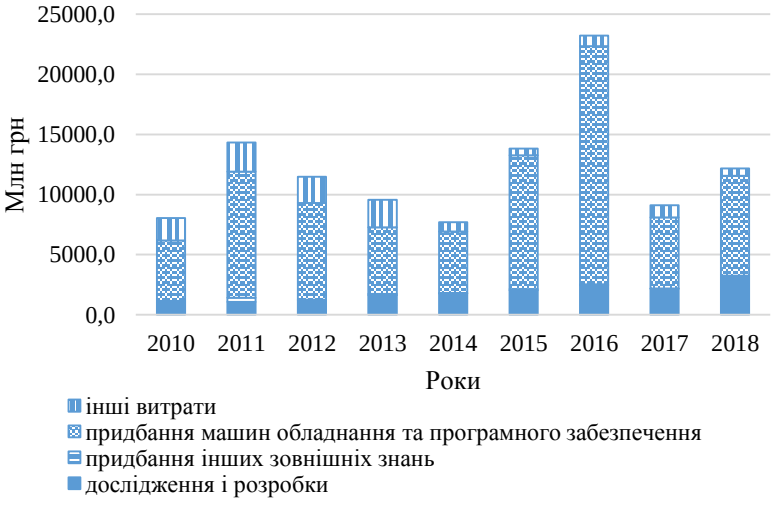


Рис. 2. Загальний обсяг витрат за напрямами інноваційної діяльності промислових підприємств 2010-2018 рр. (побудовано за даними [3])

За даними Державної служби статистики України, питома вага загального обсягу витрат на проведення НДР у ВВП у 2018 р. становила

0,47%, у т. ч. за рахунок коштів державного бюджету – 0,17%. Для порівняння у 2017р. частка обсягу витрат на НДР у ВВП країнах Європейського союзу у середньому становила 2,06%. Більшою за середню частка витрат на дослідження та розробки була у Швеції – 3,4%, Австрії – 3,16%, Данії – 3,05%, Німеччині – 3,02%, Фінляндії – 2,76%, Бельгії – 2,58%, Франції – 2,19%; меншою – у Румунії, Латвії, Мальти, Кіпру та Болгарії (від 0,5% до 0,75%) [3]. Таким чином, отримані результати свідчать про незадовільний стан інноваційної активності в Україні як на макро-, так і на мікрорівнях. Як підтверджує досвід зарубіжних країн, лише стрімкий розвиток інноваційної активності дозволить забезпечити економічне благополуччя країни, в тому числі і за рахунок активізації високотехнологічного бізнесу. Дана проблема особливо гостро стоїть перед нашою країною зараз в умовах реалізації Індустрії 4.0 та потенційною загрозою кадрової незабезпеченості підприємств. Оскільки запровадження технологій Індустрії 4.0 передбачає скорочення чисельності працівників, які виконують роботу, що може бути замінена технікою, та потребу бізнесу у висококваліфікованих креативних кадрах, які саме і розроблятимуть технологічні процеси та керуватимуть технікою. Тому вважаємо, що розробка збалансованої стратегії розвитку країни на засадах сталого розвитку в умовах інноваційних перетворень Індустрії 4.0 дозволить системно вирішити це питання з врахуванням економічних, соціальних та екологічних пріоритетів.

Список літератури:

1. Скоробогатова Н.Є. Проблеми розвитку підприємництва в реаліях української економіки // Проблеми системного підходу в економіці: збірник наукових праць, НАУ. 2017. 4 (60). С. 119 – 124. URL: http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/4_60_2017_ukr/17.pdf

2. Global Innovation Index - 2019 Report. URL: https://www.globalinnovationindex.org/gii-2019-report.

3. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/.

УДК 338.2

Совпель К. А., студентка
Учреждение образования «Брестский государственный технический университет»

УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ В СФЕРЕ ИНФОРМАЦИОННЫХТЕХНОЛОГИЙ

Управление ИТ-проектами – это процесс планирования, организации и определения ответственности за достижение конкретных целей организации в области информационных технологий (ИТ).

Менеджмент проектов в сфере информационных технологий включает в себя надзор за проектами по разработке программного обеспечения, установке оборудования, модернизации сети, развёртыванию облачных вычислений и виртуализации, бизнес-аналитике, управлению данными и внедрению ИТ-услуг.

Факторы, которые могут негативно повлиять на успех ИТ-проекта, включают достижения в области технологий во время выполнения проекта, изменения инфраструктуры, влияющие на безопасность и управление данными, и зависимые отношения между оборудованием, программным обеспечением, инфраструктурой сети и данными.

Следующие пять групп процессов составляют жизненный цикл управления проектами и являются универсальными. Однако конкретные этапы уникальны для каждого проекта и представляют его жизненный цикл.

1) Инициирование – на этом этапе определяются цель, потребности или проблемы проекта. Назначается менеджер и создаётся его устав проекта.

2) Планирование – менеджер и сотрудники работают вместе, чтобы спланировать все необходимые шаги для достижения успешного завершения проекта. Процессы планирования носят многократный характер.

3) Выполнение – после создания плана команда приступает к его выполнению. По мере необходимости проект может переходить к этапу планирования.

4) Мониторинг и контроль – поскольку проект выполняется командой, менеджер контролирует её работу в отношении времени, стоимости, объёма, качества, риска и других факторов. Мониторинг и контроль являются непрерывным процессом, гарантирующим соответствие проекта своим целям.

5) Завершение – на конечном этапе происходит завершение работы

над проектом, его одобрение и передача в эксплуатацию.

Существует десять областей знаний по управлению проектами. Эти области определяют различные действия, выполняемые менеджером.

1) Управление содержанием проекта: объём проекта должен быть определен, задокументирован, защищён от несанкционированных изменений и утверждён заинтересованными сторонами.

2) Управление расписанием: расписание определяется в первую очередь рабочим временем и сроком выполнения проекта. Доступность проектной команды документируется и планируется соответствующим образом. Менеджер оценивает продолжительность выполнения задач для создания графика работы.

3) Управление затратами: расходы оцениваются таким образом, чтобы можно было назначить бюджет для проекта. Затраты включают материалы, услуги, оборудование, лицензии на программное обеспечение и другие расходы, относящиеся непосредственно к проекту.

4) Управление качеством: качество проекта определяется в конкретных метриках и согласовывается между заинтересованными сторонами на самом раннем этапе. Программы и политики обеспечения качества направляют работу проекта, в то время как контроль качества проверяет её.

5) Управление человеческими ресурсами: менеджер работает с командой проекта, чтобы убедиться, что каждый сотрудник выполняет свои задания и успешно взаимодействует с другими членами команды.

6) Управление коммуникациями проекта: в этой области создается план управления коммуникациями, в котором указывается, кому какая информация понадобится, когда эта информация необходима, и наилучший способ коммуникации.

7) Управление рисками: риски – это ситуации, события, условия, которые могут угрожать, а иногда и приносить пользу целям ИТ-проекта. Риски должны быть идентифицированы и проанализированы. Вероятность и влияние каждого риска оценивается.

8) Управление закупками проекта: при закупке товаров или услуг необходимо запускать официальный процесс закупок. Это процесс должен учитывать выбор типа контракта, его администрирование, аудит закупок и заключение контракта. Многие руководители проектов не управляют закупками, а подчиняются централизованному отделу закупок или отделу закупок и процессов.

9) Управление заинтересованными сторонами проекта: заинтересованными сторонами являются все, кому интересен проект. Управление заинтересованными сторонами – это идентификация,

включение и коммуникация с группами заинтересованных сторон. Это позволяет управлять беспокойствами и опасениями, которые могут возникнуть у заинтересованных сторон по поводу работы над проектом.

10) Управление интеграцией проектов: эта специальная область является координацией мероприятий во всех других областях. То, насколько хорошо работает руководитель, напрямую влияет на производительность. Изучается взаимодействие и непредвиденные обстоятельства, чтобы обеспечить выполнение проекта.

Все области знаний многократно используются при выполнении проекта. Не существует определённого порядка управления областями. Менеджер переключается на соответствующие процессы, исходя из того, на каком этапе находится проект.

Существует несколько различных подходов к управлению ИТ-проектом, влияющих на его жизненный цикл. Организации могут выбрать один из популярных методов, способствующих снижению рисков, связанных с быстрым изменением технологии или обширным планированием. Жизненный цикл типичного ИТ-проекта проходит через многократное планирование, выполнение и контроль.

Три основных жизненных цикла ИТ-проекта:

1) Прогнозируемый жизненный цикл: это наиболее распространенный и традиционный жизненный цикл для ИТ-проектов. При таком подходе менеджер и команда сначала определяют масштаб проекта, его график и ожидаемые затраты. В первую очередь определяются фазы проекта (каждой фазе соответствует определённый тип работы). Каждый этап выполняется в определённом порядке.

2) Повторяющийся жизненный цикл: такой подход требует оценивания затрат и продолжительности деятельности на самом раннем этапе. По мере выполнения проекта посредством многократного планирования вновь оцениваются затраты и продолжительность работы, которая требует наибольшего внимания.

3) Адаптивный жизненный цикл: такой жизненный цикл также использует многократное планирование, но в этом случае оно, как правило, длится две недели. При таком подходе используется непрерывная волна планирования и выполнения работы через короткие периоды времени. Такой жизненный цикл предусматривает возможные изменения и идеально подходит для проектов по разработке программного обеспечения.

Все вышеперечисленные жизненные циклы используют концепцию фаз для продвижения работы проекта. Фаза описывает тип работы, которая будет иметь место в определённой части процесса работы. Менеджер проекта, организационные требования, а также требования

заказчика могут влиять на то, какой тип жизненного цикла будет использован.

Список использованных источников

1. Менеджмент ИТ-проектов [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://searchcio.techtarget.com/definition/IT-project-management – Дата доступа: 29.10.2019.
2. Проектный менеджмент [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://worksection.com/blog/it-project-management.html – Дата доступа: 29.10.2019.

УДК 658:347.7 : 334.82

Страшко О.П., курсант факультету фінансово – економічної безпеки
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ТЕХНОЛОГІЇ ВПРОВАДЖЕННЯ HR-АНАЛІТИКИ ДО СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ ПЕРСОНАЛУ В УКРАЇНІ

Актуальність постійного моніторингу тенденцій розвитку у сфері управління персоналом (HR) постійно зростає. Світові тренди у цій сфері різняться своїм розвитком в залежності від рівня країн та компаній, але існують загальноприйняті методики проведення аналітичної діяльності. Однією з них є застосування програмного забезпечення, через інструменти [1,2]:

RStudio - IDE (середовище розробки) мови програмування R, що застосовується для аналізу даних і статистичних досліджень та є найбільш використовуваним інструментом HR - аналітики. R є одним з лідерів статистичного аналізу та візуалізації, який забезпечує аналіз великих баз даних. R є відкритим вихідним кодом і готовим для підприємства професійним пакетом програмного забезпечення для HR-підрозділів.

Python - інший інструмент, мова програмування, що може використовуватися як взаємозамінна з R в RStudio. Незважаючи на те, що R краще виконує статистичний аналіз, має більш активне «співтовариство» у сфері статистики та краще підходить для візуалізації, Python має більш швидку криву навчання.

Power BI (Microsoft). Магічний квадрант Gartner для бізнес-аналітики показує Microsoft як абсолютного лідера. Це робить агрегацію, аналіз і візуалізацію даних дуже простим. Завдяки Power BI

підключення до декількох систем інформаційних джерел, наприклад, SQL-баз даних з даними про персонал, Twitter та / або API для машинного навчання. Всі ці різні джерела даних потім об'єднуються в Power BI. Цей простий процес агрегації дозволяє об'єднати декілька джерел даних у одну велику базу даних.

SPSS є одним з найбільш часто використовуваних інструментів HR аналітики в соціальних науках. Завдяки зручному для користувача інтерфейсу виникає можливість проводити дослідницький кореляційний аналіз або швидкий регресійний аналіз.

Окрім інструментів програмної аналітики системи управління персоналом існують різноманітні трендові напрямки здійснення аналізу задля перетворення даних на релевантну інформацію. Аналітика у HRM - процес оцінки, в першу чергу, коефіцієнтів плинності персоналу в спробі передбачити майбутнє і зменшити плинності кадрів у довгострокових періодах, який можна ідентифікувати за допомогою традиційних KPIs, таких як індекс задоволеності працівників, рівень залучення і лояльності співробітників, показників адвокації персоналу (employee advocacy), а також з використанням таких корисних інструментів як опитування та інтерв'ю з виходом. Аналітика продуктивності праці прагне оцінити ефективність окремих працівників. Отримані результати можуть визначити, кваліфікацію робітника чи потребу у додатковій підготовці.

Сьогодні ми маємо безліч інноваційних способів збору та аналізу продуктивності, від оцінок продуктивності, проведених краудсорсингами, до аналізу великих баз даних. Аналітика корпоративної культури дозволяє відстежувати зміни в організаційних цінностях, що має за мету зрозуміти, які відбуваються зміни та дозволяє створювати системи раннього попередження для виявлення негативних факторів. Співробітники представляють найбільшу вартість та конкурентну можливість у більшості підприємств. Тому аналітика каналів підбору персоналу передбачає певну оцінку вартості працівників за допомогою KPIs, таких як додана вартість людського капіталу та прибуток на одного працівника. Неефективне керівництво, незалежно від того, чи є то бізнес в цілому, чи підрозділ або команда, призводить до додаткових витрат і не дозволяє підприємству реалізувати свій потенціал. Аналітика лідерства розкриває різні виміри продуктивності керівництва за допомогою даних. Дані про ефективність керівництва можна отримати за допомогою опитувань, фокус-груп, інтерв'ю з та інше [2].

За результатами досліджень ASUG, American SAP User Group [3-4], HR-фахівці у середньому 70-90% робочого часу витрачають на

адміністративні операції, документообіг та поточний функціонал і лише близько 10% на HR аналітику і стратегію розвитку HRM, що в умовах постійних змін призводить до зростання бізнес - ризиків і ставить під сумнів успішність підприємств. Слід також акцентувати увагу на таких безперечних причинах впровадження HR - аналітики до систем контролінгу персоналу, як можливість виокремлювати та опрацьовувати найбільш релевантну і під час недоступну раніше інсайдерську інформацію, на підставі якої прогнозувати оптимальні алгоритми максимізації вкладень у людський капітал організації. Крім того HR – аналітика дозволяє формувати персоналізовані набори показників та їх дашбордів [5-6] для різних галузей і окремих підприємств, а також перетворювати «неочевидні», «сирі» дані (контроль відеокамер) на бізнес-метрики для моделювання виробничої (організаційної) поведінки.

Отже, методологія контролінгу сучасних підприємств теж зазнала своїх змін за останні роки. Ці зміни потребують аналізу та переосмислення існуючих науково-методичних підходів щодо впровадження у найближчому майбутньому HR – аналітики в системи контролінгу як в цілому, так і контролінгу персоналу зокрема. У найближчому майбутньому, програмне забезпечення HR виходить за рамки своєї базової функціональності управління пільгами, підбору персоналу, часу і відвідуваності, професійного розвитку та інших стандартних функцій. Ці функції все ще є невід'ємною частиною технології, але з'являються більш сучасні інструменти. Автоматизація є всеохоплюючою темою для інновацій у сфері людських ресурсів, багато функцій стають повністю оцифрованими, що виключає необхідність людської участі.

Список літератури:

1.People analytics – CIPD. URL: https://www.cipd.co.uk/Images/peopleanalytics-report_tcm18- 43755.pdf

2. Five most used HR analytics tools. URL: https://www.analyticsinhr.com/blog/hr-analytics-tools/

3.The 8 HR Analytics Every Manager Should Know About by Bernard Marr. URL: https://www.forbes.com/sites/bernardmarr/2017/03/01/the-8-hranalytics-every-manager-should-know-about/#57d7c1f6788f

4. 2018 Global Human Capital Trends. URL: https://www2.deloitte.com/insights/us/en/focus/human-capital-trends.html

5. 70 HR Metrics With Examples. URL: https://www.humanengineers.com/70- hr-metrics-examples-build-hr-dashboard/

6.Human Resources. Annual Report. URL:

http://share.aysconsulting.com/2017AnnualReport_HumanResources.pdf?lipi=urn%3Ali%3Apage%3Ad_flagship3_pulse_read%3BEkEDZ5e8TwuGy%2BYYHtLZJw%3 D%3D

УДК 336.763.2

Ткаченко О.С., к.е.н., доцент кафедри обліку оподаткування та управління фінансово-економічною безпекою
Прянічнікова Є.М., студентка
Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Зазвичай у науковій літературі безпеку суб'єкта господарювання розглядають як складову загальної безпеки держави. Водночас економічну безпеку відносять до системи загальної безпеки підприємства. Економічна безпека у свою чергу поділяється на фінансову, безпеку у сфері виробництва, реалізації продукції, використання основних засобів та технологій і таке інше.

Кожна окрема система має комплекс властивостей, які регулюють її функціонування таким чином, щоб в умовах впливу внутрішніх і зовнішніх змін були збережені її сталість, безпека та стабільність. За відсутності хоча б однієї із вказаних ознак, система втрачає свої системоутворюючі властивості, її цілісність і структура порушуються.

Система економічної безпеки кожного підприємства є індивідуальною, її повнота і дієвість залежать від чинної в державі законодавчої бази, від організаційно-правової форми, від обсягу матеріально-технічних і фінансових ресурсів, виділених керівниками підприємств, від розуміння кожним з працівників важливості гарантування безпеки бізнесу, а також від досвіду роботи керівників служб безпеки підприємств.

У теорії та практиці існує багато підходів щодо розуміння суті управління, зокрема:

– загальний – що розглядає його як науку і мистецтво, організацію діяльності відповідно до вимог її об'єктивних законів;

– суб'єктно-об'єктний – цілеспрямований вплив суб'єкта управління

на його об’єкт, який здійснюється для досягнення певної мети;

– функціональний – визначає управління як набір певних функцій (планування, організацію, мотивацію, контроль);

– процесуальний – згідно якого управління – процес діяльності, прийняття і реалізації управлінських рішень [3].

З точки зору загального підходу, під управлінням безпекою розуміють організовані дії, які забезпечують узгодженість функціонування усіх служб, підрозділів і співробітників з метою усунення різноманітних загроз діяльності фірми [2].

З точки зору суб’єктно-об’єктного підходу управління фінансово-економічною безпекою підприємства слід розглядати як цілеспрямований вплив відповідного суб’єкта (чи суб’єктів) на визначені об’єкти, що здійснюється для досягнення певної мети та цілей управління або стану об’єкта управлінського впливу.

З методологічного погляду, управління фінансово-економічною безпекою підприємства – система принципів і методів розробки і реалізації управлінських рішень, пов’язаних з забезпеченням захисту його пріоритетних фінансово-економічних інтересів від внутрішніх та зовнішніх загроз [1].

З точки зору функціонально-процесійного підходу, управління фінансово-економічною безпекою підприємства – це безперервний процес виконання управлінських функцій, насамперед, організації, планування, аналізу, мотивації та контролю.

Система фінансово-економічної безпеки є сукупністю елементів, функціонування яких забезпечує ефективну діяльність у сфері захисту активів підприємства, здійснення бізнес-процесів і захисту результатів фінансово-господарської діяльності. Ці заходи спрямовані на досягнення мети, тобто планованого результату забезпечення фінансово-економічної безпеки. Управлінські відносини, які виникають у здійсненні таких процесів, – це взаємозв’язки та взаємозалежності елементів даної системи. Зв’язок цих компонентів механізму управління очевидний. Система фінансово-економічної безпеки відображує структуру управління фінансово-економічної безпеки, а управлінські відносини встановлюють порядок взаємозв’язків між окремими ланками цієї структури. Таким чином, система фінансово-економічної безпеки і управлінські відносини як компоненти механізму управління фінансово-економічної безпеки є взаємодоповнювальними.

Практики дотримуються різних підходів до побудови системи фінансово-економічної безпеки, як то: виокремлення незалежного спеціального органу, що розділяє повноваження зі службами внутрішнього аудиту, ризик-менеджменту, юридичною службою,

структурою управління персоналом тощо або діє як структура, що об'єднує в єдиний ланцюжок зазначені відділи. Це визначається рядом особливостей – таких, як організаційно-правова форма та розмір підприємства, інтереси та зацікавленість власників, стратегічні плани, присутність підприємства на міжнародних ринках, вразливість до факторів зовнішнього середовища.

За підходом до формування системи фінансово-економічної безпеки підприємства можна розподілити на такі групи:

- організації, в структурі управління яких виділено спеціальні підрозділи (департамент, управління, служба, відділ), яким делеговані функції забезпечення фінансово-економічної безпеки;

- організації, в штатній структурі яких є співробітник (професіонал, аналітик, фахівець з фінансово-економічної безпеки), який виконує актуальні для організації функції з фінансово-економічної безпеки; загальне керівництво здійснює директор організації;

- організації, в яких функції забезпечення фінансово-економічної безпеки закріплені між департаментами та функціональними підрозділами;

- відповідальність за їх виконання покладено на керівників відповідних служб;

- організації, які не ставлять перед собою спеціальні завдання із забезпечення фінансово-економічної безпеки, а її стан забезпечується рівнем виконання завдань та обов'язків керівників і співробітників [4].

Фінансово-економічна безпека виступає як основний елемент і чинник формування економічної безпеки підприємства. Забезпеченню фінансової безпеки повинна приділятися особлива увага на кожному підприємстві.

Список літератури:

1. Андрущак Є.М. Регулювання процесів банкрутства підприємств у перехідній економіці України: автореф. дис... канд. екон. наук: 08.02.03. Львів, 2003. 20 с.

2. Буренков О.В. Економічна безпека підприємства: поняття, сутність та еволюція в сучасних умовах. *Вісник КНУТД*. 2007. № 3 (35). С. 76–80.

3. Мойсеєнко І.П., Марченко О.М. Управління фінансово-економічною безпекою підприємства: навч. пос. Львів, 2011. 380 с.

4. Отенко І. П., Москаленко Н. О. Організація та управління системою фінансово-економічної безпеки: навчальний посібник. Харків: ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2016. 224 с.

УДК 613.15

Ткаченко Г.А., аспірантка
кафедри менеджменту і права
Дніпровський державний аграрно-
економічний університет

КЛЮЧОВІ АСПЕКТИ МЕНЕДЖМЕНТУ НА СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Визначальну роль у економіці України відіграє сільськогосподарське виробництво. Продовольча незалежність і продовольча безпека безпосередньо залежні від стану аграрного сектора який надає сільському населенню робочі місця та складає понад 30% всього експорту держави.

Сільське господарство виступає стратегічно важливою галуззю економіки України, котра забезпечує оптимальний розвиток народного господарства та водночас продовольчу безпеку країни. Крім того, це не тільки виробнича галузь економіки, але й середовище проживання значної частини населення країни. Тут формуються як його моральні основи, так і національна психологія та історична пам'ять.

П. Гарасим наголошував на тому, що після набуття Україною незалежності та переходу до ринкових умов господарювання роль держави в регулюванні економічних процесів дещо відійшла на задній план, що призвело до децентралізації управління та фактично зникнення великих господарств і формування малих підприємств різної форми підпорядкування. При цьому ті зміни, що відбулися в аграрному секторі економіки, відбувалися значно повільнішими темпами, ніж в інших галузях, унаслідок чого виник дисбаланс в інтересах та можливостях агро-товаровиробників і споживачів сільськогосподарської продукції. Це, своєю чергою, призвело до того, що колективні аграрні підприємства опинилися на межі банкрутства, а їх зобов'язання перед підприємствами засновниками погашалися за рахунок пайових часток [1].

Сільське господарство виступає підґрунтям для розвитку інших галузей української економіки. Йому притаманна сукупність виняткових особливостей, котрі впливають на створення і протікання системи менеджменту. Сезонність виробництва, змінна кількість необхідних трудових та матеріальних ресурсів протягом року вимагають певних методів управління в напрямі збалансування і вирівнювання наявних мінливих диспропорцій. Отже, на різних етапах виконання сільськогосподарських робіт виникає надмірний робочий

темп, котрий вимагає своєчасних зважених рішень, а також мобільності від керівництва. На специфіку менеджменту на сільськогосподарських підприємствах мають вплив певні притаманні механізму виробництва риси, взаємопов'язані з галузями рослинництва та тваринництва. Задля підтримки останніх необхідністю господарського процесу виступає дотримання спеціальних умов зберігання, перевезення та продажу продукції, а також забезпечення чіткої послідовності робіт та дій. Система менеджменту на сільськогосподарських підприємствах залежить від просторових умов розташування (село чи місто), місцевих традицій та звичаїв, а також рівня задоволення малими фірмами соціально-економічних вимог робітників. На розвиток менеджменту значно впливають ступінь науково-технічного озброєння і обсяг використання новітніх технологій у поточній діяльності. Інноваційний процес в сільському господарстві є безперервним перетворенням наукових досліджень і розробок на удосконалені матеріали, новітні засоби, форми організації, методи керування, а також застосування їх протягом всього періоду діяльності сільськогосподарських підприємств.

На основі аналізу сучасного стану сільськогосподарського товаро виробництва зазначимо, що існує наявність застарілого обладнання, недостатність науково-технічної інформації, недосконалої організації виробничого процесу і системи менеджменту. В той же час відсутня дієва взаємодія наукових установ з підприємствами, що займаються впровадженням інновацій у життєдіяльність галузі, також спостерігається повільний механізм засвоєння новітніх розробок. Все це, зрозуміло, не сприяє розвитку цього сектора у державі, призводячи до збільшення собівартості продукції, її низької конкурентоспроможності, а також гальмує соціально-економічне зростання сільських територій, знижуючи загальний рівень життя населення.

Процес управління сільськогосподарськими підприємствами спонукає керівників усіх рівнів обов'язково брати до уваги специфіку галузі сільського господарства, котра окреслює ключові особливості діяльності та розвитку таких підприємств.

Т.І. Дьолог до таких особливостей відносить наступні [2]:

1. Взаємозв'язок сільськогосподарського виробництва із природою і середовищем існування людей.

2. Стратегічна необхідність сільськогосподарської галузі, адже вона безпосередньо пов'язана із продовольчою безпекою держави.

3. Наявність ризику пов'язаного із природно-кліматичними факторами, значної конкуренції в межах даної галузі, а також повільної

швидкості грошового обігу.

4. Відсутність еластичності зв'язку між цінами на продукцію сільського господарства та попитом.

5. Наявність певних технологічних особливостей здійснення сільськогосподарського виробництва.

Менеджмент сільськогосподарського підприємства повинен бути достатньо гнучким та оперативним. Компенсаційні заходи, котрі б відновлювали рівновагу і збалансовували розвиток підприємств, мають розроблятися і впроваджуватися у терміновому порядку. У випадку, коли попередня стратегія для сільськогосподарського підприємства є неприйнятною, а зміни макроекономічного середовища відбуваються надзвичайно швидко, то в таких умовах виникає небезпека інформаційного перевантаження керівників вищої ланки, що в сукупності з потенційною загрозою великих фінансових ризиків може призвести до прийняття необміркованих та хибних рішень, грубих помилок. Ініціатива «знизу», яка прискорює прийняття будь-якого стратегічного рішення, в цій ситуації стає небезпечною та може бути шкідливою. Керівники низових ланок управління, котрі опинилися без конкретних розпоряджень лінійних керівників, у цій ситуації можуть проявити ініціативу, котра призведе до негативних наслідків.

Управління виробничим процесом сільськогосподарського підприємства складається з окремих управлінських циклів, кожен з яких доцільно розділити на самостійні операції. Такими операціями, як відомо, виступає збір і передача інформації про об'єкт управління, її обробка й аналіз вироблення на основі цього аналізу управлінського рішення, передання рішення на об'єкт управління та його реалізація цим об'єктом, порівняння отриманих внаслідок реалізації рішення показників з їх плановими величинами.

Різні ситуації, з якими доводиться зустрітися керівництву підприємства, взаємопов'язані. Процес управління, котрий реагує на вплив ситуації, викликає появу інших процесів управління, котрі, в свою чергу, викликають нові процеси, що тим самим утворює постійні управлінські цикли.

В. Г. Настич стверджує, що основою всіх управлінських процедур є інформація про процес обміну цією інформацією. До процесу управління на сільськогосподарському підприємстві висувається низка вимог. Процес управління повинен мати такі особливості, як: безперервність, нерівномірність, циклічність, послідовність, відносна змінність та сталість. Ключова вимога до організації управління на сільськогосподарському підприємстві полягає в тому, що система управління сільськогосподарським підприємством повинна мати таке

саме або більше різноманіття та швидкодію програм, що відповідає можливій варіативності впливу середовища на систему, що управляється [3].

Підсумовуючи вищенаведене наголосимо на тому, що сільське господарство виступає галуззю вітчизняної економіки із надзвичайно високим ступенем ризику провадження в ній господарської діяльності, отже слабка та негнучка система менеджменту на сільськогосподарських підприємствах – одна із ключових причин їх виходу із ринку. Менеджмент на сільськогосподарських підприємствах вимагає від керівників всіх рівнів чіткого врахування специфіки сільськогосподарської галузі, котра, в свою чергу, окреслює особливості існування та розвитку таких підприємств. В сучасних умовах господарювання менеджери сільськогосподарських підприємств повинні не лише добре знати технологію, техніку та економіку виробництва, але й чітко володіти «технологією» управління персоналом. Задля прибуткової діяльності сільськогосподарських підприємств в перспективі, важливо створити систему стратегічного управління на всіх рівнях управління в якій обов'язково враховуватимуться особливості сільськогосподарського виробництва, специфіку та обумовлені ними труднощі при виборі та впровадженні стратегії.

Список літератури:

1. Гарасим П.М. Вплив аграрної реформи на формування інформаційного забезпечення системи управління підприємством. *Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»*. 2010. Вип. 7(1). С. 341–349.

2. Дьолог Т.І. Проблеми і особливості управління вітчизняними сільськогосподарськими підприємствами. *Всеукраїнський науково-виробничий журнал інноваційна економіка*. 2013. №3. С. 101-104.

3. В. Г. Настич Вдосконалення системи управління агропромислового комплексу на регіональному рівні. *Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу.* 2014. № 4. С. 96-101.

УДК 658.155

Ткачук Г.Ю., к.е.н., доц.
Ходаківська М.Д., магістрант, гр. ЗЕП-18-М, ФБСО
Державний університет «Житомирська політехніка»

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ПРИБУТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Для розвитку будь-якого підприємства, незалежно від форми власності чи галузевої приналежності основою виступає прибуток. Саме прибуток є найбільш важливим показником ефективності господарювання підприємства, джерелом його життєдіяльності. Він виступає в якості рушійної сили ринкової економіки, тим самим забезпечуючи інтереси держави, власників та працівників господарюючих суб'єктів. Мета управління прибутком підприємства полягає в процесі цільового впливу суб'єкта на об'єкт для забезпечення досягнення певних фінансових результатів і збільшення добробуту власників підприємства в даний момент і в майбутньому.

Управління прибутком – це процес побудови і реалізації максимально економічно ефективних рішень з питань формування, розподілу та використання фінансового результату діяльності підприємства з метою забезпечення стійкого фінансового стану та ефективної діяльності в поточному та перспективному періоді [5].

Процес управління посідає вагоме місце у системі управління підприємством в загальному. Адже його завданням є забезпечення ефективного формування прибутку та його оптимального розподілу. Основні завдання управління прибутком наведено на рис.1. [6].

У всіх сферах діяльності підприємства прийняття управлінських рішень впливає на рівень прибутку підприємства, тому система управління прибутком має бути логічно пов'язана із загальною системою управління підприємством, що розширить можливості для розвитку та надасть нові джерела фінансування.

В основі побудови ефективної системи управління прибутком підприємства покладено такі принципи [7]:

1) Принцип інтеграції із загальною системою управління підприємством. Передбачає узгодженість цілей системи управляння прибутком і стратегічних цілей розвитку.

2) Принцип безперервності, що пояснюється необхідністю постійного функціонування системи управління прибутком, оскільки діяльність підприємств має безперервний характер.

3) Принцип системності. Так як метою розроблення управлінських рішень з питань управління прибутком підприємства є досягнення

найбільшого економічного ефекту при існуючих ресурсах.

4) Принцип комплексності. Забезпечує високу результативність формування та використання прибутку підприємства загалом

5) Принцип динамічності управління, що вимагає швидке пристосування системи управління прибутком до постійних змін зовнішнього і внутрішнього середовища.

6) Принцип варіативності підходів до розробки окремих управлінських рішень. Полягає в розробленні та аналізі альтернативних сценаріїв розвитку господарської діяльності підприємства та прийняття їх на основі управлінських рішень стосовно управління прибутком.

7) Принцип орієнтації на стратегічні цілі розвитку підприємства.

Рис. 1. Завдання управління прибутком

Якщо говорити про типи орієнтації підприємств, то В.В. Нагайчук виділяє їх три – мінімізація, отримання «задовільного» рівня прибутку та максимізація прибутку:

1. Стратегія мінімізації прибутку або стабільного прибутку базується на максимізації мінімуму доходів, що очікуються, разом із мінімізацією максимуму збитків.

2. Стратегія одержання «задовільного» прибутку передбачає одержання підприємством такого рівня прибутку, якого вистачить на покриття усіх витрат і дасть можливість на розвиток у довготривалому періоді. Суть полягає у врахуванні фактора ризику під час планування.

3. Стратегія максимізації прибутку полягає в одержанні максимального високого прибутку за рахунок внутрішніх резервів і за рахунок споживачів

В основу діяльності більшості вітчизняних підприємств покладено стратегію максимізації прибутку, проте її використання в короткостроковому періоді не забезпечує відповідних темпів економічного зростання в довгостроковому періоді. Так виникає загроза використання значної частини прибутку на поточні цілі, що в результаті приводить до втрати важливого джерела фінансування розширеного відтворення та збільшує загрозу банкрутства, викликаного високим рівнем ризику діяльності підприємства.

Так поступово на зміну стратегії максимізації приходить стратегія мінімізації, оскільки вона передбачає рентабельну діяльність та розвиток фірми, при цьому, не вимагає максимізації прибутку [8].

На прибутковість підприємства впливає велика кількість факторів, які можна розділити на дві великі групи: зовнішні, ті на які підприємство не впливає; внутрішні, що знаходять безпосередньо під впливом підприємства. Проте, для забезпечення досконалого механізму управління прибутком підприємства достатньо проводити заходи в певній послідовності рис. 2.

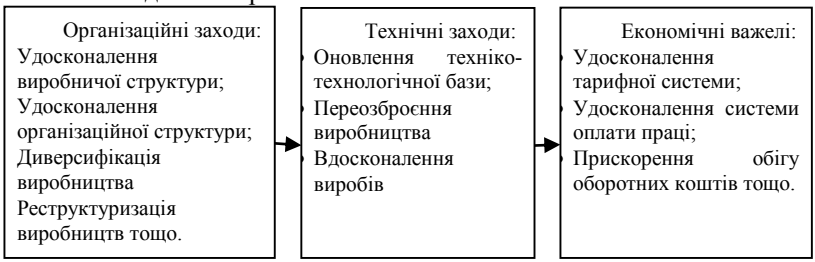


Рис. 2. Заходи забезпечення досконалого механізму управління прибутком підприємства

Якщо приводити зміни в іншому або хаотичному порядку, то результати в ефективності функціонування підприємства будуть незначними або взагалі відсутніми [9].

Проаналізувавши сучасні підходи до визначення поняття управління прибутком, можна зробити висновки, що управління прибутком є системою комплексних методів та заходів для збільшення прибутку та його ефективного розподілу. Загальна система управління підприємством має гармонійно включати в себе систему управління прибутком, адже прийняття рішень в будь-якій іншій сфері діяльності впливає на формування прибутку. При наявності на підприємстві

ефективної та раціональної системи управління є можливість в повному обсязі використовувати виробничий потенціал та досягати найбільш високих результатів. Отже, ефективна система управління прибутком сприяє стабільному функціонуванню і розвитку підприємства через підвищення рівня добробуту власників підприємства та підвищення ринкової вартості підприємства, що в свою чергу покращить інвестиційну привабливість і зменшить ризики діяльності та поповнить фінансові ресурси підприємства.

Література:

1. Говорушко Т.А. Теоретичні аспекти сутності управління фінансово-економічними результатами діяльності підприємства / Т.А. Говорушко, М.І. Арич // Економічний аналіз: збірник наукових праць. – 2012. – №11. – С. 117-121.

2. Воронкова Т.Є. Шляхи підвищення прибутковості підприємства в умовах нестабільного середовища / Т.Є. Воронкова, Н.Ю. Безпалько // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – №19. – С. 42-44.

3. Николишин С.Є. Прибуток підприємства та особливості управління ним / С.Є. Николишин // Молодий вчений. – 2017. – №2. С. 299-303.

4. Сковородкина Л.В. Фінансовій менеджмент / Л.В. Сковородкина // Навчально-методичний посібник для самостійного вивч. дисципліни. – 2011. – Ч.2. – С. 137.

5. Фінансовий менеджмент. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidrucniki.com/1652020564634/finansi/upravlinnya_pribytkom .

6. Жигалевич Ж.М. Система управління прибутком як умова ефективного функціонування підприємства / Ж.М. Жигалевич, Е.С. Фісенко // Економіка і суспільство. 2016. №4. С. 145-148.

7. Нагайчук В.В. Показники оцінки якості прибутку ті їх залежність від обраної стратегії/ В.В. Нагайчук // Науковий вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту КНТЕУ. – Сер. Економічні науки. – 2011. – Вип. 2 (42), ч.1. – С. 139-146.

8. Лойко В.В. Шляхи збільшення обсягу прибутку та підвищення дієвості управління прибутком промислового підприємства в сучасних умовах господарювання / В.В. Лойко, Є.С. Несенюк // Міжнародний науковий вісник. –2015. – №7. – С. 122-126.

УДК: 631.16:631.11

Ткачук Г.Ю., к.е.н., доц.
Квачук Т.С., магістрант, гр. ЕПМ-16, ФБСО
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОПТИМИЗАЦІЯ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Формування оптимальної структури капіталу підприємства для фінансування необхідного обсягу затрат та забезпечення бажаного рівня діяльності є одним із найважливіших завдань, що вирішуються в процесі фінансового управління підприємством.

Шляхи оптимізації структури капіталу були вперше запропоновані професором І.О. Бланком у своїх працях. Згідно з ним, оптимальна структура капіталу відображає таке співвідношення використання власного та позикового капіталу, при якому забезпечується найбільш ефективний взаємозв'язок між коефіцієнтами рентабельності власного капіталу та коефіцієнтом фінансової стабільності підприємства, тобто максимізується його ринкова вартість.

Одним з основних напрямів поліпшення використання капіталу підприємства є, перш за все, забезпечення максимального обсягу залучення власних фінансових ресурсів за рахунок внутрішніх джерел: чистого прибутку і амортизаційних відрахувань.

З урахуванням визначених заходів удосконалення формування капіталу СТОВ «Злагода» пропонується розробити модель оптимізації структури капіталу. Оптимальною структурою капіталу вважається така структура, яка забезпечує чи найкращий прибуток на вкладений капітал чи рентабельність інвестицій.

Для оцінки наскільки є ефективною структура капіталу СТОВ «Злагода» використовуються такі показники, як Fp, Fq, Fp', Fq', Ep, Ep', Eq' де показники F – критерії ефективності, також дане вкладення в капітал є ефективним коли $F > 1$, показники Е – показують процент ефективності, показники з індексом р – показники для оцінки кредитних вкладень, показник з індексом q – показники для оцінки ефективності залученого капіталу і інвестиційних вкладень. Показники без штриху використовуються для оптимізації капіталу зі змінною нормою прибутку, а показники зі штрихом для оптимізації капіталу з постійною нормою прибутку.

Виконавши обчислення вищенаведених коефіцієнтів для можливих варіантів притягнення залученого чи позикового капіталу, можна обрати найбільш вигідний варіант та сформувати оптимальну структуру

фінансування інвестиційної діяльності.

Для обчислення моделі СТОВ «Злагода» були застосовані такі дані: сума власного капіталу – 2410 тис. грн.; сума резервного капіталу – 16,6%, 606 тис. грн.; додатковий капітал – 128 тис. грн.; постійний відсоток прибутку – 22,1%; короткостроковий кредит – 220 тис. грн.; довгостроковий кредит – 300 тис. грн.; відсоток прибутку, у таких інтервалах, як: 100 – 500 тис. грн. – 16,7%; 500 – 1000 тис. грн. – 20,4%; 1000–1500 тис. грн. – 21,5%;1500–2000 тис. грн. – 23,6%; 2000–2500 тис. грн. – 23,8%; 2500–3000 тис. грн. – 24,9%.

Відсоток кредиту у таких інтервалах, як: 10–30 тис. грн. – 21,3%; 30 – 50 тис. грн. – 23,1%; 50–90 тис. грн. – 23,5%; 90–100 тис. грн. – 24,6%; 100–150 грн. – 25,1%.

Спочатку необхідно оцінити ефективність притягнення залученого капіталу за умови змінної та постійної норми прибутку. За умови змінної норми прибутку коефіцієнт доцільності притягнення залученого капіталу буде дорівнювати, формула (1):

$$Fa = \frac{(1 - r_A)((x_c + x_A) * r_{c_2} - C_A)}{x_c * x_{c_1}} \quad (1)$$

де FA – критерій ефективності для залученого капіталу зі змінною нормою прибутку; RA -% дохід, котрий виплачується власникам, Xc – обсяг власних коштів; XA – обсяг залучених коштів; Rc_1 – норма прибутку для розміру капіталу Xb; Rc_2 – норма прибутку для розміру капіталу Xb + XA; CA – ціна залучених інвестицій.

Для СТОВ «Злагода» критерій ефективності для залученого капіталу зі змінною нормою прибутку буде складати:

$$Fa = \frac{(1 - 0{,}43)((2410 + 300) * 0{,}236 - 128)}{2410 * 0{,}167} = -0{,}303$$

За даними розрахунками можна зробити висновок, що отриманий коефіцієнт доцільності притягнення залученого капіталу не дорівнює 1, а навіть є меншим, тобто пропонований варіант залучення капіталу є не вигідним.

Також потрібно оцінити ефективність притягнення залученого капіталу, формула 2:

$$Ea = \frac{(1 - r_A)((x_c + x_A) * r_{c_2} - C_A) - x_c * r_{c_1}}{x_A} * 100\% \quad (2)$$

де EA – критерій ефективності для залученого капіталу з постійною нормою прибутку.

Ефективність притягнення залученого капіталу для СТОВ «Злагода» складає:

$$Ea = \frac{0{,}57 * (-204{,}35) - 1{,}00015}{2410} = -0{,}07\%$$

За даними розрахунками можна зробити висновок, що залучення даної інвестиції зменшить ефективність інвестиційної діяльності на 0,07%.

Після цих розрахунків необхідно виконати аналогічні обчислення за умови постійної норми прибутку. Коефіцієнт доцільності притягнення залученого капіталу буде дорівнювати, формула 3:

$$F'a = (1 - r_A) * (1 + \frac{x_A * r_c - C_A}{x_c * r_{c_1}}) \quad (3)$$

де F'А – ефективність для залученого капіталу зі змінною нормою прибутку.

Ефективність для залученого капіталу зі змінною нормою прибутку буде дорівнювати:

$$F'a = (1 - 0{,}27) * (1 + \frac{300}{2410} - \frac{220}{2410 * 0{,}43}) = -0{,}303$$

За результатами розрахунків можна зробити висновок, що отриманий коефіцієнт доцільності притягнення залученого капіталу менший одиниці, тобто запропонований варіант залучення капіталу є не вигідним. Також він є таким самим, як коефіцієнт за умови постійної норми прибутку.

Також потрібно оцінити ефективність притягнення залученого капіталу за умови незмінної норми прибутку, формула 4:

$$E'a = \frac{(1 - r_A)(x_A * r_c - C_A) - x_c * r_c * r_A}{x_A} * 100\% \quad (4)$$

Де Е'А – ефективність для залученого капіталу з постійною нормою прибутку.

Для СТОВ «Злагода» ефективність притягнення залученого капіталу за ***умови*** незмінної норми прибутку буде складати:

$$E'a = \frac{(1 - 0{,}27) * (1 + \frac{300}{2410} - \frac{220}{2410 * 0{,}42}) - 2410 * 0{,}42}{520} = -0{,}309\%$$

За даними розрахунками можна зробити висновок, що залучення капіталу за умови постійної норми прибутку знизить ефективність інвестиційної діяльності на 0,309%, ефективність залученого капіталу за умови постійної норми прибутку буде нижча ніж в попередньому випадку. Тобто за умови постійної норми прибутку кожна одиниця залученого капіталу приносити менший прибуток, ніж за умови змінної норми прибутку.

Необхідно зробити оцінку ефективності притягнення позикового капіталу за умови змінної та постійної норми прибутку у другому випадку.

За умови змінної норми прибутку коефіцієнт доцільності

притягнення позикового капіталу буде дорівнювати, формула 5:

$$Fd = \frac{(x_c + x_d) * r_{c_2} - x_d + r_d}{x_c * r_{c_1}} \quad (5)$$

де FD – критерій ефективності для залученого капіталу зі змінною нормою прибутку.

$$Fd = \frac{(2410 + 300) * 0{,}167 - 220 * 0{,}251)}{2410 * 0{,}167} = 1{,}00015$$

За даними розрахунками можна зробити висновок, що отриманий коефіцієнт доцільності притягнення позикового капіталу перевищує 1, тобто залучення даного кредиту є вигідним.

Для перевірки даного висновку оцінимо ефективність притягнення позикового капіталу, формула 6:

$$Ed = \frac{(x_c + x_d) * r_c - x_d + r_d - x_b r_{c_1}}{x_d * x_c} * 100\% \quad (6)$$

де ED – ефективність притягнення позикового капіталу зі зміною нормою прибутку.

Для СТОВ «Злагода» ефективність притягнення залученого капіталу за умови змінної норми прибутку буде складати:

$$Ed = \frac{406{,}23 - 15{,}56 - 1{,}00015}{2410 - 220} = 0{,}245\%$$

За даними розрахунками можна зробити висновок, що залучення даного кредиту збільшить ефективність інвестиційної діяльності на 0,245%.

За умови незмінної норми прибутку коефіцієнт доцільності притягнення позикового капіталу буде дорівнювати, формула 7:

$$F'd = 1 + \frac{x_d}{x_b} - \frac{x_d r_d}{x_b r_c} \quad (7)$$

Де FD – критерій ефективності залученого капіталу з постійною нормою прибутку.

Коефіцієнт доцільності притягнення залученого капіталу з постійною нормою прибутку буде дорівнювати:

$$F'd = 1 + \frac{220}{2410} - \frac{220 * 0{,}251}{2410 * 0{,}167} = 1{,}037$$

За даними розрахунками можна зробити висновок, що отриманий коефіцієнт доцільності притягнення залученого капіталу перевищує 1, а це значить, що залучення даного кредиту і надалі є не вигідним і навіть ще кращим ніж у першому випадку.

Необхідно оцінити ефективність притягнення позикового капіталу за умови незмінної норми прибутку, формула 8:

$$E'd = (r_{c_2} - r_d) * 100\% \quad (8)$$

Для СТОВ «Злагода» ефективність притягнення залученого капіталу за умови незмінної норми прибутку буде складати:

$$E_{D}1 = (0{,}251 - 0{,}167) * 100 = 0{,}08\%$$

Також існує друга формула для визначення ефективність притягнення залученого капіталу за умови незмінної норми прибутку, формула (9):

$$E'd = \frac{x_c}{x_d} * (r_{c_2} - r_{c_1}) * 100\% \quad (9)$$

Ефективність притягнення залученого капіталу за умови незмінної норми прибутку буде складати:

$$E'd2 = \frac{2410}{220} * (0{,}251 - 0{,}167) * 100\% = 2{,}0525\%$$

За даними розрахунками можна зробити висновок, що для незмінної норми прибутку у другому випадку відсоток збільшення ефективності притягнення залученого капіталу буде складати 2,0525%.

Аналогічно обчислюється коефіцієнт ефективності притягнення позикового капіталу за умови змінної норми прибутку, формула (8):

$$E_D = (0{,}221 - 0{,}251) * 100\% = -1{,}4\%$$

За даними розрахунками можна зробити висновок, що ефективність позикового капіталу за умови змінної норми прибутку зменшиться і складатиме 1,4%, що значно нижче за ефективність залученого капіталу з незмінною нормою прибутку.

Розглянувши два варіанти збільшення інвестиційних коштів шляхом додаткового залучення капіталу власників або шляхом отримання кредиту було визначено, що в досліджуваному випадку більш ефективним буде значення кредитних ресурсів, які забезпечать більший прибуток при його залучені з незмінною нормою прибутку та більшу ефективність теж з постійною нормою прибутку. Проте залучення додаткових коштів власників, буде менш вигідним за обох умов, найнижча ефективність інвестиційного капіталу матиме місце у випадку зі змінною нормою прибутку.

УДК 331.108.4:658

Ткачук В.О., к.е.н., ст. викл. кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносин,
Гладких В.О., магістрант кафедри цифрової економіки та міжнародних економічних відносин,
Державний університет «Житомирська політехніка»

ПІДВИЩЕННЯ ПЕРСОНАЛЬНОЇ ЗАІНТЕРЕСОВАНОСТІ ПРАЦІВНИКІВ У КАР'ЄРНОМУ РОСТІ

Кар'єрне зростання як процес, що досліджується науковцями та практиками, отримав широке трактування. Так, В. Данюк визначає кар'єру як успішне посадове просування працівника в галузі суспільної, службової, наукової та іншої діяльності [4]. Д. Аширов під терміном «кар'єра» розуміє послідовність посад, котрі займає працівник протягом життя. М. Виноградський поняття «кар'єра» трактує так [1]: «Це індивідуальні зміни позиції та поведінки, які пов'язані з досвідом роботи і всієї трудової діяльності людини». О. Грішнова визначає, що кар'єра – це швидке, успішне, прогресивне просування обраним трудовим (професійним) шляхом, що передбачає досягнення поваги, популярності, слави у своєму колі і/або матеріальної вигоди власними силами за рахунок максимального використання своїх здібностей, професійної майстерності та особистих якостей.

Ділова кар'єра, її інтерпретація у майбутньому мають індивідуальний характер [3, с. 75]. Одні працівники є пасивним і незацікавленим у власному розвитку, а інші мають стремління досягти максимальних висот. Завданням кадрової служби є виокремлення робітників, які мають бажання, потенціал, схильність до саморозвитку та управлінської діяльності. Кар'єрна позиція людини складається з поєднання багатьох чинників, наприклад розміру заробітної плати, престижності професії і сфери діяльності загалом, можливості мати владу тощо.

Під час вибору шляху просування працівника кар'єрними сходами необхідно розуміти, що очікуваного результату можна домогтися лише через взаємодію кадрової служби підприємства і самого працівника. Своєю чергою, працівник повинен мати на меті не лише задоволення власних потреб, а й розвиток організації, поліпшення її фінансового стану тощо.

Планування трудової кар'єри працівників допомагає підприємству

забезпечити власні потреби в конкурентному персоналі, створити якісний кадровий резерв. Підприємство надає можливість персоналу проходити безперервне професійне навчання, що сприяє професійно-кваліфікаційному просуванню.

Просування здійснюється у межах заміщення посад. Переміщення працівника може здійснюватися горизонтально (ротація) та вертикально (посадове зростання). Ротація – переміщення працівника з однієї посади на рівнозначну іншу посаду в межах одного рівня. Може відбуватися у разі переведення в інший підрозділ підприємства або за зміни посадових обов'язків без зміни посади. Посадове зростання – це заміщення людиною посади вищого рівня порівняно з раніше займаною.

Головним джерелом заміщення посад є посадове зростання від нижчих до вищих посад. Посади вищого управлінського персоналу зазвичай заміщуються за конкурсом.

Переміщення працівника по кар'єрних сходах безпосередньо впливає на мотивацію його трудової діяльності, і навпаки, мотиваційні чинники спонукають стремління працюючих до кар'єрного зростання. Інструменти матеріальної та трудової мотивації, такі як збільшення рівня заробітної плати, збільшення залежності рівня заробітної плати від результатів праці, отримання бонусів і премій, санітарно-гігієнічні, психологічні та естетичні умови праці, організація робочого місця, спонукають горизонтальне просування кар'єрними сходами. Що стосується збільшення рівня матеріальної статусної мотивації, то останні впливають на вертикальне зростання. Для підприємства основою планування кар'єри є кар'єрограма.

Кар'єрограма для підприємства – це документ, який має складатися на декілька років уперед і містить інформацію про зобов'язання керівництва щодо вертикального і горизонтального просування працівника, а з боку працівника – підвищення рівня знань, умінь і навичок. Кар'єрограма для робітника – це наочне зображення того, що має відбуватися з людиною на різних етапах кар'єри. Зазвичай кар'єрограма складається з: переліку посад від нижчої до вищої, які можливо зайняти в процесі трудової діяльності; переліку необхідної освіти, кваліфікації та її підвищення, підготовки і перепідготовки, які є необхідними для зайняття певної посади, зайняття самоосвітою із зазначенням термінів проходження кожного виду навчання.

Плануванням кар'єри доцільно займатися у комплексі менеджеру з персоналу, працівнику і безпосередньому керівнику конкретного працівника.

Початковим етапом під час планування кар'єри має бути

довгострокове і поточне планування діяльності підприємства, зокрема його структурних підрозділів. Потім необхідно з числа працівників підприємства, в яких виявлено здатність до управлінської діяльності й у яких наявний рівень кваліфікації, сформувати кадровий резерв менеджерів для просування по роботі.

Регулярне просування по службі є важливим стимулом кваліфікаційного зростання працівників, розвитку їхньої трудової активності, творчості, ініціативи та відповідальності. При цьому просування можна здійснювати як із розширенням виконуваних виробничих (посадових) функцій, але із залишенням у межах тієї ж посадової категорії і розміру заробітної плати, так і з підвищенням заробітної плати без підвищення безпосередньо на посаді. Перший спосіб більш доцільно використовувати для молодих працівників, які знаходяться на етапі становлення себе як менеджера, другий спосіб – для більш досвідчених працівників.

На підприємствах необхідно запровадити процедуру «уведення в посаду» новопризначених менеджерів, оскільки якими б глибокими не були їхні знання і досвід на даному підприємстві, але зі здобуттям функції управління людьми в них можуть виникнути певні труднощі, а така процедура сприятиме швидшій адаптації до нових умов праці на новій посаді. Процес «уведення в посаду» доцільно проводити під контролем безпосереднього керівника, який буде наставником для новопризначеного менеджера, і триватиме від двох тижнів до місяця.

Також необхідно не рідше одного разу на три-п’ять років проводити атестацію менеджерів на відповідність займаній посаді. Після проведення перевірки атестаційна комісія підприємства даватиме оцінку діяльності менеджера, в якій буде визначено, що: менеджер відповідає займаній посаді; відповідає займаній посаді за умови поліпшення якості роботи і дотримання рекомендацій атестаційної комісій (при цьому необхідно провести атестацію такого менеджера достроково, щоб переконатися, що всі рекомендації виконано і тепер оцінка «відповідає займаній посаді»); не відповідає займаній посаді.

Система управління кар’єрним процесом повинна включати комплекс взаємозалежних цілей, функцій, технологій, принципів управління діловою кар’єрою. Досягнення цілей і виконання поставлених завдань повинно рівномірно розподілятися на спеціаліста з управління персоналом та безпосереднього керівника. Завдання спеціаліста з управління персоналом полягає у координуванні діяльності, консультаціях, зниженні можливості суб’єктивної оцінки працівника під час ухвалення рішення щодо просування або інших переміщень.

У процесі професійного розвитку працівника необхідно приділити увагу фіксації його досягнень, часу, який знадобися для «професійного прориву», тощо.

Важливим є складання проекту розвитку ділової кар'єри менеджера. Він може складатися з таких послідовних етапів:

– вступу (тут передусім визначаються основні поняття та терміни розвитку ділової кар'єри менеджера);

– складання графіку термінів виконання проекту з розвитку ділової кар'єри, зокрема необхідні процеси та терміни їх виконання, які в кінцевому підсумку призведуть до завершення всього проекту своєчасно;

– розрахунку вартості проекту, а саме необхідних ресурсів, які будуть використані в процесі виконання проекту;

– розроблення заходів, необхідних для високого рівня якості виконання проекту;

– управління керівниками, залученими до виконання проекту, зокрема організаційне планування, комплектація робочої групи з підготовки і виконання проекту, забезпечення злагодженої роботи виконавців проекту.

Отже, кар'єру характеризують індивідуальні зміни позиції та трудової поведінки, які пов'язані з досвідом роботи і всією трудовою діяльністю людини. Для поліпшення системи планування кар'єри необхідне, насамперед, вдосконалення процесу складання кар'єрограми працівників.

Список літератури:

1. Виноградський М.Д. Управління персоналом: навч. посібн. / М.Д. Виноградський, А.М. Виноградська, О.М. Шканова; 2-е вид. – К.: Центр учбової літератури, 2009. – 502 с.

2. Дахно І.І. Ділова кар'єра: навч. посібн. / І.І. Дахно. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 528 с.

3. Кичко І.І. Управління діловою кар'єрою: теоретичні засади та практичні аспекти впровадження / І.І. Кичко, Л.С. Мотузна // Науково-виробничий журнал «Бізнес-навігатор». – 2018. – Вип. 4 (47). – С. 74–77.

4. Управління персоналом: підручн. / В.М. Данюк, А.М. Колот, Г.С. Суков та ін.; за заг. та наук. ред. к.е.н., проф. В.М. Данюка. – К.: КНЕУ; Краматорськ: НКМЗ, 2013. – 666 с.

УДК 658.51

Турсунов Р.З., магистрант
Таджикский государственный
университет права, бизнеса и политики

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ПРОЦЕССА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Всякая экономическая система существует на основе взаимодействия трех хозяйствующих субъектов: предприятий, государства и домашних хозяйств.

Ведущим звеном экономики, ее основой являются предприятия, которые производят продукцию и услуги, сосредоточивают в своей собственности большую часть общественного капитала, определяют деловую активность экономики, обеспечивают занятость населения, формируют бюджет страны. Деятельность каждого предприятия базируется на процессе производства, т.е. превращения ресурсов в готовую продукцию (2.с.17).

Производство – это процесс создания материальных благ, необходимых для существования и развития общества. Содержание производства определяет трудовая деятельность, предполагающая следующие три момента:

- целесообразную работу, или сам труд;

-предмет труда, т.е. все то, на что направлена рациональная деятельность человека;

- средства труда (машины, оборудование, инструменты) с помощью которых человек преобразует предметы труда, приспосабливая их для удовлетворения своих потребностей (3.с.24).

Чтобы успешно вести производство необходимо рационально построить производственный процесс в пространстве.

Производственные системы являются объектами организации производства на предприятии различных уровней. Туда входят люди и используемые ими средства труда. Организация производства обеспечивает:

- Формирование наиболее рационального состава работников и средств труда производственной системы. Они необходимы для выпуска потребителям, заказчикам и обществу продукции требуемого качества в установленные сроки и в заданном объеме.

- Нахождение наиболее рациональных взаимосвязей между всеми элементами производственной системы.

- Постоянное развитие производственной системы для повышения

ее эффективности и наибольшего соответствия изменяющимся условиям ее взаимодействия с внешней средой.

Эффективная организация производства охватывает все составляющие производственной системы и все аспекты ее производственно-хозяйственной деятельности. В качестве важнейших составных частей следует включить:

- организацию труда работников предприятия как процесс установления и совершенствования способов выполнения и условий протекания процессов труда;
- организацию производственных процессов во времени и пространстве как процесс функционального, пространственного и временного сочетания и связи вещественных и личных факторов производства;
- организацию поточных методов производства как процесс предметного сочетания рабочих мест на участке, объединяющий различные группы оборудования для законченного цикла обработки деталей или сборки изделий;
- организацию автоматического и гибкого автоматизированного производства как процесс комплексной механизации и автоматизации не только технологических операций, но и вспомогательных приемов работы (установочных, контрольных, обслуживающих, транспортных, командных, то есть управляющих);
- организацию вспомогательных цехов и обслуживающих хозяйств предприятия как процесс комплексного обслуживания основных цехов предприятия по всем функциям, выходящим за пределы их основной специализации;
- организацию управления качеством продукции и процессов ее создания в целях обеспечения конкурентоспособности изделий и экономии общественного труда;
- организацию технического нормирования труда как процесс установления меры затрат труда на изготовление единицы продукции или выполнение заданного объема работы за определенный период времени;
- организацию и планирование инноваций как процесса создания и освоения новой техники, технологии и организации производства с учетом технических, организационных, экономических и социальных мероприятий;
- организацию управления как процесс создания и совершенствования систем управления и способов их функционирования.

Рациональная организация производства состоит в интегрировании

разнородных компонентов, реализующих процесс производства в целостную и высокоэффективную производственную систему, все элементы, которой гармонично сочетаются друг с другом по всем аспектам их функционирования и развития.

Разумная организация производства является главной целью условий создания предприятия, при которых обеспечивается успешное формирование и выполнение плановых заданий каждым производственным ее подразделением, которую обеспечивает высокую эффективность производства.

По мнению Боровской М.А. цель, которая, поставлена перед предприятием и его подразделениями достигается путем повседневного решения множества частных задач, направленных на изыскание и использование возможностей:

- повышения эффективности производства, его интенсификации на основе научно-технического прогресса и наиболее полного использования резервов производства;
- увеличения производительности труда и объема выпуска продукции на основе научно-технического прогресса, повышения организации труда, применения прогрессивных систем заработной платы, подъема общеобразовательного уровня работников, повышения качества продукции и дисциплины труда;
- повышения эффективности использования основных производственных фондов и оборотных средств предприятия на основе равномерной загрузки оборудования, рациональной организации эксплуатации и ремонта оборудования, обслуживания рабочих мест;
- организации работы предприятия с минимальными запасами материалов, полуфабрикатов, топлива, остатков готовой продукции на складах;
- повышения квалификации и культурно-технического уровня кадров и улучшения условий труда и быта на основе систематической подготовки кадров, оздоровления условий труда и социально-психологического климата, механизации и автоматизации трудоемких и тяжелых работ, улучшения бытового обслуживания, экономического стимулирования;
- создания личной и коллективной заинтересованности работников в эффективном использовании материальных ценностей предприятия(1 ст.149).

Приемлемые количественные и качественные зависимости производственных процессов, параметры и показатели производства продукции являются исходной информацией для разработки планов работы предприятий и их подразделений. Следовательно вопросы

организации производства рассматриваются в непосредственной связи с внутризаводским планированием. Зафиксированные в плановых заданиях решения реализуются в жизнь с помощью управления.

Все зависимости производственных процессов на предприятии рассматриваются в их взаимной связи, в непрерывном развитии, движении. Она дает возможность понять неизбежность причин и закономерностей возникновения новых и совершенствования существующих решений, приемов и методов организации производства.

1. Боровская М.А. Экономика, организация и управление на предприятии Ростов-на-Дону “Феникс” 2010.
2. Васильева Н.А., Матеуш Т.А.,Миронов М.Г. Экономика предприятия “Высшее образование” Москва. 2008.
Горфинкель В.Я., Купряков Е.М. Экономика предприятия. Москва “Банки и биржи” 1996.

УДК 378.004+333.71

Тушак А.В., магістрант кафедри
цифрової економіки та міжнародних
економічних відносин
Державний університет «Житомирська політехніка»

ЗДОБУТТЯ «SOFT SKILLS» СТУДЕНТАМИ У ЗВО ЯК ОДИН ІЗ НАЙВАГОМІШИХ ВНЕСКІВ У МАЙБУТНЮ КАР’ЄРУ

З переходом у розвинутих країнах до суспільства постіндустріального типу, вимоги до набутих у закладі вищої освіти (далі – ЗВО) знань, навичок і вмінь суттєво модифікуються, причому дедалі зростаючими темпами. Вміння користуватися комп’ютерними технологіями і обладнанням, а також знання іноземних мов поступово переходять із розряду важливих рис сучасного фахівця у розряд інструментальних вмінь і навичок, які необхідні такою ж мірою, як і звичайна грамотність. Вирішальними стають: знання, здебільшого спеціальні, більш наближені до практики, а також міждисциплінарні; вміння і здатності здобувати знання самостійно протягом усього життя; системність і стратегічність мислення в умовах широкого розповсюдження глобалізаційних процесів, вміння працювати із зарубіжними партнерами тощо.

У вітчизняному дискурсі, пов’язаному з вищою освітою, все частіше

виникають поняття, яких учора ще не було. Наприклад, термін «скіллз» (skills), що означає нові навички або професійні компетенції. Разом з його появою постає питання, які з них сьогодні є найбільш затребуваними з боку роботодавців, і як трансформувати освітні програми, щоб їх здобуття стало реальним, при цьому не постраждало ядро професії – фундаментальні компетенції.

Випускники ЗВО відіграють важливу роль у розвитку людського капіталу і є одним із найважливіших аспектів розвитку країни. Здобуття випускниками м'яких навичок в освітньому середовищі підвищить здатність країни конкурувати з рештою світу. Це необхідно, якщо Україна прагне реалізувати бачення нової економічної моделі та програми урядової трансформації.

Роботодавці, переймаючи закордонний досвід успішних організацій, спостерігають відсутність м'яких навичок серед недавніх випускників. М'які навички, які ще називають ключовими навичками, основними навичками, ключовими компетенціями або навичками працевлаштування, – це ті бажані якості, які застосовуються на різних робочих місцях і в різних життєвих ситуаціях – такі риси, як цілісність, спілкування, ввічливість, відповідальність, професіоналізм, гнучкість і робота в команді [2, с. 163].

Хоча ці м'які навички називаються невід'ємною частиною успіху на робочому місці, за даними CareerBuilder, 77% роботодавців вказують на те, що м'які навички так само важливі, як і тверді навички. Тож постає проблема – як збалансувати ці компетенції та отримати в результаті універсального працівника XXI ст.

У зарубіжній літературі зустрічається безліч досліджень, що описують теорію і практику формування, виміру та застосування м'яких компетенцій як у сфері освіти, так і у сфері бізнесу. В Україні поняття «soft skills» є відносно новим і малодослідженим [1]. В абсолютній більшості система ЗВО не приділяє належної уваги розвитку в студентів їх «soft skills». Натомість навчальні програми перенавантажені дисциплінами, які розвивають у студентів «hard skills», тобто «тверді» навички, пов'язані зі знанням спеціальних дисциплін, здобуттям практичної підготовки та ін. Хоча, реагуючи на запити ринку праці, різні тренінгові агенції вже пропонують різноманітні програми, спрямовані на розвиток «soft skills».

Усвідомлюючи сучасні вимоги ринку праці, а також рівень безробіття сучасних випускників, університети приходять до висновку про необхідність розробки не лише освітніх програм, що включатимуть вимоги до рівня розвитку універсальних компетенцій у студентів, але й, у більшій мірі, про необхідність у створенні особливого освітнього

середовища ЗВО, що здатне забезпечити формування цих компетенцій.

Вітчизняні ЗВО, які слідкують за сучасними тенденціями та попитом на креативних фахівців на зовнішньому ринку праці (Державний університет «Житомирська політехніка» не є виключенням) починають експериментувати з різними формами навчання. Палітра можливостей тут досить широка: від включення в навчальний процес тренінгів і семінарів з розвитку «soft skills» (комунікативних тренінгів, навичок презентації та ін.) до повної перебудови навчального процесу, в якому починає домінувати система проектного або проблемного навчання. Ось деякі якості, які реально можна розвинути у сучасних студентів ЗВО:

– цілісність – заохочувати студентів до безкорисливої праці в групах. Кожен член групи повинен нести відповідальність за конкретну роботу або результат. Після закінчення групової роботи студенти мають подумати про те, як вони сприяли роботі і чому вони заслуговують на частину остаточної оцінки;

– спілкування – розвивати комунікативних навичок студентів в усній та письмовій формах, брати участь у групових обговореннях і представляти групу. Вони повинні вміти виступати перед аудиторією та доносити свої ідеї;

– люб'язність – домагатися, щоб студенти були шанобливими та ввічливими один до одного в аудиторії та під час співпраці з іншими людьми;

– відповідальність – виховувати у студентів почуття обов'язку перед керівником та іншими членами групи за дане йому завдання, зобов'язати пояснювати причини невиконання завдання та шляхи виправлення ситуації;

– гнучкість – давати студентам довгострокові, проблемні проекти, які повинні бути завершені в межах встановлених параметрів і термінів. Ці заходи стимулюватимуть їх до організації та фокусування, до вирішення виробничих проблем і самоконтролю;

– командна робота – заохочувати до командної роботи та співпраці через групову роботу та призначати різних студентів для спільної роботи. Підкреслювати важливість зв'язку, довіри, цілісності, відповідальності та співпраці.

Не менш потужним ресурсом для розвитку соціальних навичок, які також розвиває ЗВО, є позаурочна соціальна діяльність студентів, пов'язана з практикою волонтерства і самоврядування.

Великий потенціал для розвитку «soft skills» має проектна діяльність. Підприємницькі бізнес-проекти вирішують не лише освітні, але і соціальні управлінські завдання, акумулюючи в собі величезні

можливості для розвитку «soft skills». Подібні ініціативи для студентів є однією з кращих форм інвестицій у своє майбутнє.

Отже, розвиток і напрацювання «soft skills» для студентів – об'єктивна вимога сучасного ринку праці. Керівництво ЗВО має реагувати на ці запити, а в світлі ширшої автономії університетів у частині формування навчальних програм необхідно проявляти ініціативу та запроваджувати відповідні нові навчальні програми підготовки з метою охоплення всього спектру розвитку «м'яких» навичок у студентів під час навчання.

Список літератури:

1. Длугунович Н.А. Soft skills як необхідна складова підготовки ІТ-фахівців / Н.А. Длугунович // Вісник Хмельницького національного університету. – 2014. – №6 (219). – С. 239–242.

2. Коваль К.О. Розвиток «soft skills» у студентів – один з важливих чинників працевлаштування / К.О. Коваль // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2015. – №2. – С. 162–167.

УДК 611:159

Фёдоров А.В., старший преподаватель кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет, г. Брест, Республика Беларусь

ВЛИЯНИЕ ПРИНЦИПОВ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА НА ПОСТРОЕНИЕ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ

Рациональное построение и эффективное функционирование систем управления качеством может быть построено только при условии соблюдения основных принципов системного подхода. К числу таких принципов можно, в частности, отнести следующие.

1. *Принцип целостности системы*. В соответствии с данным принципом результативная совокупность свойств любого системного образования принципиально не может быть сведена к сумме свойств составляющих ее элементов. Важно также учитывать, что источником целостности любой системы являются не особенности составляющих ее элементов, а характер связей и отношений между этими элементами. Целостность системы выражается в том, что связь между ее элементами всегда оказывается более тесной, чем связь этих элементов системы с внешней по отношению к рассматриваемой системе средой,

2. *Принцип информационной интегрированностпи подсистем*. Данный принцип означает, что, для того чтобы в рамках какой-либо системы принципиально могли протекать процессы управления, все составляющие данную систему подсистемы должны быть связаны между собой системой каналов прямой и обратной связи. Прямые каналы предназначены для передачи управляющих сигналов от субъекта управления (управляющей подсистемы) к объекту управления (управляемой системе), обратные каналы служат для получения и оценки управляющей системой информации о результатах осуществленных ею воздействий на управляемую систему.

3. *Принцип структурированности*. В соответствии с данным принципом любая система наряду со своей целостностью характеризуется также внутренней дифференцированностью элементов, основной причиной которой является разделение их функциональных ролей в рамках целого.

4. *Принцип иерархичности*. Данный принцип означает, что структура любых систем, в рамках которых могут протекать процессы управления, является дифференцированной в вертикальной плоскости, т.е. в плоскости отношений взаимного подчинения подсистем. Характер указанного взаимоподчинения подсистем определяется характером взаимоподчинения выполняемых ими в рамках системы функций.

5. *Принцип целеориентированности*. В соответствии с данным принципом системное образование любого типа характеризуется наличием определенной цели (комплекса целей) своего существования и функционирования. Цели системы структурированы, причем данная структурированность носит иерархический характер, выражающийся в том, что реализация всех целей какого-либо уровня иерархии является необходимым условием реализации целей более высокого уровня.

Учет системных особенностей управления качеством предполагает организацию такого управления по следующему общему алгоритму (последовательности действий):

Выбор типа системы управления качеством → Разработка теоретического «дерева целей» системы управления качества → Анализ структуры, функций и оснащённости действующих управленческих подразделений предприятия → Построение практического «дерева целей» системы управления качеством и разработка проекта изменения действующей оргструктуры → Разделение между подразделениями областей принятия управленческих решений.

Выбор типа системы управления качеством предполагает установление определенной комбинации административного и

экономического подходов, относительная значимость каждого из которых определяется следующими основными факторами:

1) структура общих целей деятельности и тип принятой стратегии развития предприятия;

2) рыночный имидж предприятия (т.е. его видение со стороны потребителей и деловых партнеров);

3) особенности корпоративной культуры предприятия и предпочтения его менеджмента.

Разработка теоретического "дерева целей" системы управления качеством предполагает выбор комплекса целей такой системы и их логическую увязку одна с другой без ориентации на особенности действующих на предприятии структуры и механизмов управления. Формулируемые на данном этапе цели должны отвечать следующим основным требованиям:

быть реально достижимыми;

быть четкими и конкретными;

отражать желаемое будущее состояние управляемого объекта;

иметь возможность разбиваться на более частные задачи, а также логически входить в структуру целей более высокого уровня иерархии.

Основой выбора целей обычно служат результаты анализа существующих процессов обеспечения качества продукции, брака и рекламаций, а также результаты анализа основных определяющих их факторов. Все выбранные подцели должны быть ориентированы на достижение общей цели системы управления качеством — обеспечение качественных параметров соответствующего объекта (продукции) в соответствии с требованиями его потребителей. Анализ процессов обеспечения качества продукции должен проводиться на всех стадиях ее создания и потребления с целью выявления факторов, влияющих на качество. Эти факторы подразделяются на две основные группы.

Первая группа факторов составляется по результатам анализа каждой из стадий жизненного цикла изделия (научные исследования и проектирование, процесс изготовления, процесс обращения и реализации, потребление или эксплуатация). Все эти стадии находятся в тесной взаимосвязи, от качества результатов предыдущей стадии зависит качество результатов последующей. Вторую группу факторов составляют параметры, связанные с качеством исходных материалов и комплектующих изделий; качеством оборудования инструментов ц приспособлений; качеством подготовки кадров, научной организации труда и культуры производства; качеством мероприятий по организации технического контроля; мероприятий по сохранению стабильности качественных показателей продукции в процессе ее

обращения и реализации.

Анализ структуры, функций и оснащенности действующих управленческих подразделений предприятия имеет своей целью установление принципиальной способности этих подразделений выполнять новые функции в проектируемой системе управления качеством.

При построении практического "дерева целей" ранее выделенные теоретические цели проектируемой системы управления качеством увязываются с деятельностью конкретных подразделений предприятия. Одновременно с этим первичная система целей корректируется и из нее убираются дублирующие одна другую задачи. В результате такой корректировки теоретическое "дерево целей" трансформируется в практическое.

Распределение между подразделениями областей принятия управленческих решений проводится с учетом трех основных факторов:

1) характер целей, достижение которых увязано с работой соответствующих подразделений;

2) характер текущей специализации подразделений и уровень квалификации их персонала;

3) принятая на предприятии степень централизации управленческих функций.

Проектирование информационных связей между подразделениями предполагает решение двух типов задач.

1. Задача, связанная с определением характера информации, которую должно потреблять и создавать каждое из подразделений. Так, на стадии НИОКР основную роль играет научно-техническая и патентная информация, характеризующая современные отраслевые тенденции создания новых видов продукции и основания новых производственных технологий. На стадии проектирования основное внимание должно уделяться информационным материалам о типовых конструкторских и технологических решениях, различным стандартам, техническим условиям и регламентам. На стадии производства возрастает значение информации о входном контроле сырья и материалов, заводских и стендовых испытаниях опытных образцов продукции, метрологическом обслуживании производственного процесса, сдаче продукции с первого предъявления и т.д. На стадиях реализации и эксплуатации особое значение приобретают информационные сообщения о ходе продвижения продукции на рынок, претензиях потребителей, сохранности свойств продукции в процессе ее транспортировки и эксплуатации, данные об эксплуатационных и ремонтных издержках и др.

2. Задача, связанная с установлением сети каналов передачи информации между подразделениями. Создание такого рода каналов должно обеспечивать возможность обмена подразделениями своевременной, полной и достоверной информацией, а также возможность установления действенных обратных связей между управляющей и управляемой частями системы качества.

Список использованных источников:

1. Немогай Н. В., Бонцевич Н.В., Садовский В.В. Управление качеством: Учебник. – Гомель: Центр исследования институтов рынка, 2011. – 361 с.
2. Менеджмент качества: учебное пособие / Е.М. Карпенко, С.Ю. Комков. – Минск: ИВЦ Минфина, 2015. – 208 с.

УДК 331.21

Харчук С. О., магістрант
Науковий керівник: Денисюк О.Г. к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ ФІНАНСОВОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА

Оплата праці – це один з головних елементів соціально-економічної сфери кожної країни, колективу організації, кожної людини. Високий рівень оплати праці має позитивний вплив на економічну сферу, тим самим забезпечуючи високий попит на товари та послуги на ринку. В цілому заробітну плату можна охарактеризувати як основну складову ринку праці, що забезпечує його функціонування, та враховує інтереси робітника та роботодавця.

Головна проблема оплати праці - це проблема визначення її розміру. Міжнародний професійний стандарт в галузі управління оплатою праці WorldAtWork Global Remuneration Professional виділяє дві складові частини винагороди:

- фіксована заробітна плата (Fixed Pay, або оклад) – є незалежною від різних умов винагороди, яка не підлягає перегляду в залежності від ефективності діяльності або досягнутих результатів;

- змінна оплата (Variable Pay), яка відома ще, як оплата що піддається ризику – є винагородою, яка виплачується при наявності необхідних умов: прийнятті певних рішень, досягненні певного рівня ефективності

або певних результатів роботи [1, с.2.21].

На практиці, при плануванні цільового фонду оплати праці, роботодавці в галузі фінансового посередництва стикаються з проблемою визначення правильного та гнучкого зв'язку показників, на основі яких розраховуються премія та оклади. Вимогами до цих показників є:

1. Безпосередній зв'язок гарантованого трудовим договором посадового окладу та розміру премії. Дотримання цій вимоги дає можливість реалізувати принцип цілісності в плануванні фонду оплати праці.

2. Гнучкість у зв'язку з нормативним розміром премії до зміни абсолютної суми посадового окладу, яка напряму залежить від виконання вимоги п.1.

3. Оптимальність розрахунку показників, що приймають участь в розрахунку премії. Оптимальність – це властивість, що є запорукою якісного виконання вимог пп.1 і 2. Під оптимальністю розуміють відповідність цілей бізнесу, стратегії певного роботодавця та правильному калібруванні системи преміювання самим роботодавцем. При розробці правильного калібрування схеми преміювання виплата нормативно премії відбувається за 100% (цільову) продуктивність праці робітника, що займає певну посаду.

Для удосконалення оплати праці персоналу підприємств галузі фінансового посередництва, можна спиратися на стандарти Society for Human Resource Management [2, с.4-37, 4-95] та WorldAtWork [1, с.2.21-2.24] що визначають наступні типи премій лінійного персоналу галузі фінансового посередництва:

- комісійні з продажу (виплачується відсоток від продажу при досягненні вказаного їх рівня);
- премії за результатами індивідуальної діяльності;
- премії за результатами групової діяльності працівників;
- премії за досягнення встановлених цілей;
- премії на розсуд: відсутність чітких критеріїв розподілу, виплачується епізодично;
- участь у прибутках: зазвичай визначається колективними результатами;
- премії на основі оплати одиниці продуктивності (piece rates);
- програми визнання заслуг (подарунки, нагороди, подорожі, призи, що вручаються за продуктивність, особливий вклад, тривалу роботу на посаді).

Також можна розраховувати премії на основі виконання ключових показників ефективності (КПЕ), цій метод відбувається в два етапи:

1. Розрахунок індивідуального коефіцієнту преміювання з урахуванням часу відпрацьованого часу у звітному періоду, що розраховують як добуток між собою таких коефіцієнтів, як: коефіцієнт преміювання робітника, коефіцієнт відпрацьованого часу (відношення фактичного відпрацьованого часу до планового робочого часу) та коефіцієнт залежності від виконання КПЕ.

2. Розрахунок кінцевої суми премії за звітній період, що розраховується як добуток розміру індивідуального коефіцієнту преміювання робітника за звітний період та посадовий оклад робітника.

В основу цього методу, покладено коефіцієнт преміювання робітника, який, в свою чергу, розраховується як доля від посадового окладу, яку робітник отримує при 100% (цільової) продуктивності. Прив'язка до розміру нормативної премії здійснюється через два множники: коефіцієнт преміювання та коефіцієнт відпрацьованого часу. Варто зазначити, що дана система винагороди дієво працює при наявності не більше п'яти показників складі КПЕ, для того щоб працівник мав можливість запам'ятати їх перелік.

У підсумку, можна сказати, що удосконалення оплати праці підприємств в галузі фінансового посередництва може базуватися на стандартах Society for Human Resource Management і WorldAtWork, та використанні ключових показників ефективності, що в свою чергу буде сприяти підвищенню продуктивності діяльності працівників та впливати на ефективність діяльності організації в цілому.

Список використаної літератури:

1. WorldAtWork GR1: Total Rewards Management // WorldAtWork. The Total Rewards Association, 2013, 14040 N. Northside Blvd., Scottsdale, AZ 85160, pp. 2.21–2.24.

2. Society for Human Resource Management. Module Four. Total Rewards // Society for Human Resource Management, 1800 Duke Street Alexandria, USA, 2009, pp. 4-37–4-100.

УДК 338.46

Хурсин Д.А., студент экономического факультета,
Страпко И.В., студентка экономического факультета,
Брестский государственный технический университет

УПРАВЛЕНИЕ РЕСУРСАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ УСЛУГ

Процесс управления сервисным предприятием имеет много общего с управлением любой организацией, действующей в сельскохозяйственном или индустриальном секторе. Так же как и во многих организациях, процесс управления здесь связан с вертикальным разделением труда (общее руководство, руководство средними и низшими звеньями), а также с компонентным разделением сервисного производства на подразделения, отделы, сектора и др. Прежде всего рассмотрим особенности управленческих процессов, которые имеют место на сервисном предприятии (организации). Важнейшими функциями управления являются следующие:

- формирование целей и задач производственной деятельности;
- планирование продвижения к целям и разрешение задач;
- принятие решений, то есть осуществление выбора тех или иных вариантов действия;
- реализация решений – выработка приказов, мотивация персонала, его инструктаж и организация, распределение обязанностей, регулирование процессов выполнения приказов;
- контролирование выполнения намеченных планов, отдаваемых приказов и т. п.

Вместе с тем управление в сфере сервиса приобретает ярко выраженные особенности, которые позволяют выделить его специфику на фоне управления в промышленном или сельскохозяйственном производстве, а также в организациях некоммерческого типа (политических, общественных и др.). Управление в сфере сервиса подчинено задачам рыночного развития производства услуг (организация труда персонала, повышение производительности труда работников, достижение конкурентоспособности услуг, их прибыльность и др.). Одновременно оно нацеливается на реализацию многообразных запросов и потребностей больших групп людей, конкретных индивидуумов, которые вступают с производителем услуг в процессы рыночного обмена. Но отношения между производителями и потребителями услуг не сводятся полностью к рыночному обмену – между ними разворачиваются более напряженные взаимодействия,

насыщенные социальными, культурными, психологическими компонентами.

Другими словами, производственно-технологические процессы в деле управления сервисным предприятием оказываются далеко не единственными, а во многих случаях и не определяющими в деятельности сервисного предприятия. Все это формирует отличия сервисного менеджмента от управления в организациях общественного типа. Под углом зрения сервисной специфики рассмотрим процессы управления на предприятиях сферы услуг. Начнем с анализа общего менеджмента, который связан с выработкой целостной политики развития предприятия и тесно переплетается со стратегическим управлением. При этом многое в характере общего управления зависит от масштабов деятельности предприятия, численности его персонала, от организационно-правовой формы. В крупной акционерной компании, действующей в сервисной отрасли, с числом акционеров более 50, высшее руководство представлено советом директоров, комитетами и правлением. Совет директоров разрабатывает общую политику, правление осуществляет ее реализацию, а Генеральный менеджер (главный администратор, директор, управляющий и др.) держит в своих руках все нити функционирования фирмы (предприятия) или системы, состоящей из головного предприятия и его филиалов.

Сущность управления трудовыми ресурсами раскрывается с помощью таких понятий, как трудовые ресурсы, персонал предприятия, кадры. В рыночной экономике действует закон спроса, который в существенно влияет на состояние трудовых ресурсов и их развитие. Так, соотношение спроса и предложения обуславливает возможность и цену формирования (пополнения) трудовых ресурсов предприятия в определенный период времени. На спрос и предложение труда, влияет государственное регулирование труда и трудовых отношений, основными инструментами которого является конституционное право на труд и образование: уровень минимальной заработной платы; регламентированная продолжительность труда и отдыха: разные социальные гарантии. Коллектив предприятия разделен на социальные, профессиональные и квалификационные слои и группы, которые по-разному участвуют в создании конечного продукта, или влияют на. его величину. Поэтому в составе коллектива можно выделить такую его часть, которая обеспечивает производства основной доли продукта, т.е. " ядро". Таким "ядром" может являться наиболее стабильная часть коллектива, т.е. лица, имеющие наибольший стаж работы на предприятии или наиболее квалифицированная его часть.

Таким образом в управлении трудовыми ресурсами можно выделить

несколько частных процессов:

- планирование – определение целей управления, средств их достижения, моделирование и прогнозирование объекта управления;
- организация – работа по комплектованию кадров: профориентация, профотбор, привлечение рабочей силы, наем, расстановка по рабочим местам, профессиональная подготовка, совершенствование организации труда, улучшение условий труда и т.д.;
- регулирование – межцеховое, межпрофессиональное и квалификационное движение рабочей силы, изменение численности персонала, уровня заработной платы и т.д.;
- контроль – контроль численности, рациональности использования, соответствия занимаемой должности, исполнения кадровых приказов и т.д.;
- учет – получение информации об изменении состава кадров, ведение государственной и внутренней отчетности по кадрам и т.д.

Список используемых источников

1. Шепеленко Г.И. Экономика, организация и планирование производства на предприятии: учеб. пособие для студентов экономических факультетов и вузов / Г.И. Шепеленко. – Изд. 6-е, перераб. и доп. – Ростов-н/Д: Издательский центр «МарТ»; Феникс, 2010. – 600 с.

2. Экономика строительства: учеб. для вузов / И.С.Степанов, В.Я.Шайтанов, Б.А.Волков и др.; под ред. И.С.Степанова. – М.: Юрайт-Издат, 2009. – 416 с.

3. Экономика строительства: учеб. пособие / О.С. Голубова. – Мн.: ТетраСистемс, 2010. – 320 с

УДК330

Церпіцька О.В., студентка групи ЗМО18-2, ФБСО
Науковий керівник: Тарасюк Г.М.,
д.е.н., професор кафедри
менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

РОЗВИТОК КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ

Формування корпоративної культури передбачає створення персоналу організації трудових, соціальних, побутових, психологічних та інших умов, в яких він почував би себе комфортно.

Створює корпоративну культуру, як правило, формальний лідер

(керівник компанії), але її виразникам є весь персонал компанії. Організаторами роботи по формуванню та розвитку корпоративної культури зазвичай стають фахівці з управління персоналом спільно з фахівцями зі зв'язків з громадськістю.

Корпоративна культура – одне з найефективніших засобів залучення та мотивації співробітників. Як тільки людина задовольняє потреби першого рівня ("чисто матеріальні"), у нього виникають потреби іншого плану: в досягненні гідного становища в колективі, визнання, самореалізації тощо.

Процес розвитку корпоративної культури є безперервним, оскільки вона може частково змінюватися під впливом різних факторів як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Саме культура визначає шляхи вирішення проблем і способи організації та взаємозв'язки в процесі організації діяльності підприємства. Тому будь-які перетворення, локального чи глобального масштабу, на підприємстві будуть неефективними без відповідної зміни корпоративної культури, оскільки вона має фундаментальне значення для вибору напрямків розвитку підприємства.

Зовнішнє середовище впливає як на корпоративну культуру, так і на організацію в цілому. Зворотний зв'язок, необхідний для якісних змін, здійснюється саме через корпоративну культуру. В результаті зворотного зв'язку відбувається адаптація корпоративної культури до зовнішнього середовища, яке змінилося, а це, відповідно, потягне за собою зміни в різних аспектах діяльності підприємств.

Якщо зовнішнє середовище суттєво змінюється, то організація повинна адаптувати свою культуру або окремі її елементи до цих змін, щоб не було конфлікту між цінностями, які продукує зовнішнє середовище, і внутрішнім середовищем.

Зміни і розвиток корпоративної культури неминучі при виході організації на міжнародний рівень, де стикуються різні культури і стереотипи поведінки.

У випадку об'єднання декількох організацій з різними корпоративними культурами потрібен час і значні зусилля для поєднання різних цінностей і в перспективі формування нової культури. Відповідні труднощі виникатимуть при формуванні культури в організації, де працюють люди різних національностей чи віросповідання, оскільки їхні культурні цінності мають різну основу. Тому при зміні корпоративної культури треба дотримуватися певних правил:

- поетапність змін;
- морально-психологічна підготовка всієї організації до змін;

поступовість, але системність нововведення;

– узгодження нововведень із базовими елементами корпоративної культури;

– всезагальна згода на переоцінку корпоративних цінностей і зміну корпоративної культури.

Формування корпоративної культури є новим процесом, однак для нього характерні загальні рекомендації для впровадження нововведень в організаціях.

Програма формування і розвитку корпоративної культури, як і будь-яке нововведення, повинна розроблятися керівництвом підприємства. Зміни, пов'язані з реалізацією програми, можуть спричинити опір персоналу. Процес формування і розвитку корпоративної культури має специфіку порівняно із нововведеннями в сфері виробництва чи збуту. По-перше, якщо підприємство не створюється заново, то корпоративна культура вже існує: є традиції, звичаї, цінності, мета, відношення до зовнішнього і внутрішнього середовища і т.д. Тому зміна культури вимагає кваліфікованої роботи психолога, менеджера-культуролога. По-друге, корпоративну культуру не можна сформувати «зверху», у наказовій формі, оскільки вона формується в свідомості працівників, в процесі їх спільної діяльності на підприємстві.

Для ефективного управління формуванням і розвитком корпоративної культури треба створити спеціальну робочу групу – тимчасовий творчий колектив, групу консультантів, спеціальний структурний підрозділ організації, які займатимуться складанням наказів, розпоряджень, планів і іншої документації, фінансовим забезпеченням координацією і контролем за виконанням робіт із формування і розвитку корпоративної культури.

Отже, успішна реалізація процесу формування і розвитку корпоративної культури вимагає співпраці спеціальної робочої групи із системою управління персоналом в цілому.

УДК 352.072.1:316 (075.4)

Шарипова Ш.М., ст. преподаватель
кафедры «Менеджмент»
Таджикского государственного
университета права, бизнеса и политик

РОЛЬ МУНИЦИПАЛЬНОГО ЗАКАЗА В РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В современных условиях муниципальный заказ является важнейшим инструментом эффективного управления ресурсами муниципального образования.

Муниципальный заказ джамоатов Согдийской области представляет собой совокупность заказов на поставку товаров (работ, услуг) для муниципальных нужд. Это работы по благоустройству района, строительству и ремонту объектов социальной инфраструктуры, производство и поставка продукции, оказание жилищно-коммунальных услуг, предоставление услуг, необходимых для удовлетворения бытовых и социально-культурных потребностей населения района. Механизм реализации системы муниципального заказа в рамках стратегии развития района позволяет добиться максимальной эффективности закупок товаров, работ, услуг для муниципальных нужд, способствует расширению круга поставщиков и подрядчиков.

Основными целями конкурсного размещения муниципального заказа являются оптимизация и повышение эффективности использования средств бюджета, муниципальных организаций (учреждений, предприятий), а так же сокращение сроков и повышение качества производимых работ (услуг, закупки продукции). Использование конкурсных технологий позволяет влиять на развитие конкуренции между поставщиками при поставках товаров, выполнении работ, оказании услуг, добиваться более низких цен и более выгодных условий поставки. Следует отметить, что в процессе реализации муниципального заказа происходит тесное взаимодействие органов местной власти и бизнеса, получение муниципального заказа становится одной из задач предпринимательского сообщества муниципального образования.

Совершенствование процесса реализации муниципального заказа в джамоатов Б. Гафуровского района основывается на постоянном поиске эффективных управленческих решений. Происходит повышение квалификации кадров, ответственных за организацию закупок для

муниципальных нужд, оказывается консультационная помощь руководителям и специалистам муниципальных организаций по вопросам формирования муниципального заказа, подготовки материалов к проведению конкурсов, составления отчетных документов. Ведется работа по совершенствованию информационной базы: в электронном виде систематизируются и обобщаются данные по формированию муниципального заказа, отчетные данные по проведению конкурсных процедур и фактическим закупкам.

Размещение информации по муниципальному заказу джамоатов Б. Гафуровского района на официальном сайте Администрации позволило сделать ее доступной для широкого круга пользователей. На страницах сайта можно найти информацию о сформированном сводном муниципальном заказе района, бланки конкурсной документации, информационные сообщения о предстоящих конкурсах. Тем самым обеспечивается принцип открытости и равного доступа к информации для всех желающих принять участие в конкурсах.

Постоянно происходит вовлечение новых направлений в тематику проведения конкурсов. Наряду с конкурсами по закупке оборудования, продуктов питания, лекарственных средств, автомобильной техники, мебели, проводятся конкурсы по приобретению путевок для организации отдыха детей и подростков, нуждающихся в особой заботе государства, по приобретению учебников для льготной категории учащихся, оформлению подписки на газеты и журналы для централизованной библиотечной системы района. Особое внимание уделяется организации и проведению конкурсов по размещению позиций муниципального заказа на ремонт инженерных сетей, теплотрасс, объектов жилищного фонда, выполнению проектно-изыскательских работ.

Необходимо подчеркнуть, что суммарный экономический эффект от использования конкурсных технологий в муниципальном заказе Б.Гафуровского района в 2018 году составил 3,5 млн. сомони в том числе по подрядным работам – 1052,7 тыс. сомони, по продуктам питания – 420,0 тыс. сомони, по вычислительной и оргтехнике – 430,3 тыс. сомони, по медицинскому оборудованию – 189,8 тыс. сомони.

Таким образом, механизм реализации муниципального заказа позволяет повысить эффективность использования бюджетных средств и наилучшим образом удовлетворить потребности населения муниципального образования.

Список литературы:

1. Закон Республики Таджикистан «О Государственной службе».

№677, 13 ноября 1998.

2. Назаров А.А., Бойматов А.А., Авезова М.М., Ходжаев В.Ф. Муниципальный менеджмент. Учебное пособие. /Под ред. Засл. деят. науки, д.э.н.,проф. А.А. Назарова/-Худжанд:. Издательство «Сомон», 2004. -208с

3. Формирование третьего сектора в России // Российский социально-политический вестник. 1999, № 1.

4. Хананашвили Н.Л., Якимец В.Н. Смутные времена социальной политики в России. М., 1999.

5. Хойруп. Модели жизни. СПб, «Всемирное слово», 1998.

6. Центр «Социальное партнерство»-http://www. spcenter. ct.ru/

7. О взаимодействии организаций третьего сектора с государственными органами в сфере социальной политики (международный опыт). М., 1999.

8. Солженицын А. Россия в обвале. М., «Русский путь», 1998.

9. Социальное проектирование — ресурс взаимодействия общественности и власти (сост. В.И. Редюхин). М., Центр Леонгард, 1999.

10. Стефаненко Т. Этнопсихология. М., Институт психологии РАН «Академический проект», 1999.

УДК 347.736.3

Швейкус А. А., студентка
Научный руководитель: Филиппова Т. В., м.э.н.,
ассистент кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет,

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ НЕСОСТОЯТЕЛЬНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ. САНАЦИЯ

Признание юридического лица экономически несостоятельным (банкротом) влечет за собой его санацию, а при невозможности оснований продолжения деятельности или погашения имеющейся задолженности - ликвидацию (п. 1 ст. 61 ГК РБ). Ликвидация должна применяться только в случае невозможности проведения санации или отсутствия оснований для ее проведения. На практике при подаче юридическим лицом заявления о своем банкротстве чаще всего преследуется цель ликвидации, индивидуальным предпринимателем - прекращения деятельности и освобождения от долгов, что связано с неспособностью удовлетворить требования кредиторов за счет имеющегося у них имущества.

Санация – (от лат. *sanatio* — лечение, оздоровление) это совокупность мер, принятых в отношении предприятия, целью которых является совершенствование финансово-экономического состояния компании, с намерением предотвратить их положение банкротства или наладить платежеспособность путем повышения уровня конкурентоспособности.

В соответствии с Законом от 13.07.2012 N 415-З «Об экономической несостоятельности (банкротстве)» при рассмотрении дела о банкротстве юридического лица применяются такие процедуры, как защитный период, конкурсное производство и мировое соглашение, а при рассмотрении дела о банкротстве индивидуального предпринимателя могут применяться защитный период (в случае необходимости завершения досудебного оздоровления, если оно не завершено до возбуждения производства по делу), конкурсное производство и мировое соглашение. В свою очередь, конкурсное производство включает три процедуры:

- завершение подготовки дела к судебному разбирательству;
- санацию;
- ликвидационное производство. [2]

Основанием для проведения процедуры санации является наличие реальной возможности восстановить платежеспособность предприятия-должника. Продолжительность санации не должна превышать 18 месяцев.

В соответствии с указом президента Республики Беларусь от 04.07.2016 N 253 (далее - Указ) меры досудебного оздоровления применяются в отношении:

1. сельскохозяйственных организаций, включенных в перечень сельскохозяйственных организаций, подлежащих досудебному оздоровлению;
2. юридических лиц – инвесторов. [3]

На основании Указа организации обязаны в установленном законодательством порядке подать в суд, рассматривающий экономические дела, заявление об экономической несостоятельности (банкротстве) в течение трех месяцев с даты вступления в силу постановления Совета Министров Республики Беларусь о включении сельскохозяйственной организации в перечень сельскохозяйственных организаций, в отношении которых необходимо проведение процедур экономической несостоятельности (банкротства).

Предприятия как имущественные комплексы сельскохозяйственных организаций, включенных в перечень сельскохозяйственных организаций, подлежащих досудебному оздоровлению, могут сдаваться в аренду в установленном порядке с соблюдением следующих условий:

- размер годовой арендной платы за предприятие как имущественный комплекс составляет 5 процентов от балансовой стоимости имущества сельскохозяйственной организации, но не менее 500 базовых величин на 31 декабря предшествующего года;
- деятельность по производству сельскохозяйственной продукции сохраняется на период действия договора аренды.

После истечения срока договора аренды, а также в случае его досрочного расторжения трудовые отношения с работниками продолжаются у сельскохозяйственной организации на условиях, предусмотренных трудовым договором.

Юридические лица - инвесторы, которым предоставлены в аренду предприятия как имущественные комплексы сельскохозяйственных организаций, включенных в перечень сельскохозяйственных организаций, подлежащих досудебному оздоровлению, обязаны отражать арендуемое имущество (предприятие как имущественный комплекс сельскохозяйственной организации) на отдельном балансе.

Инициаторами для возбуждения дел об экономической несостоятельности могут выступать:

1. Налоговые органы путем подачи заявления в хозяйственный суд.
2. Ликвидационные комиссии, назначенная собственником имущества (учредителей, участников), ликвидируемого юридического лица, принявшего решение о ликвидации.
3. Должники через подачу заявления об экономической несостоятельности в хозяйственный суд.
4. Кредиторы.

Основаниями для подачи заявления кредитора, если иное не установлено настоящим Законом, являются в совокупности:

- наличие у кредитора достоверных, документально подтвержденных сведений о неплатежеспособности должника, имеющей или приобретающей устойчивый характер;
- применение к должнику принудительного исполнения, не произведенного в течение трех месяцев, либо выявление в процессе принудительного исполнения факта отсутствия у должника имущества, достаточного для удовлетворения предъявленных к нему требований;
- наличие задолженности перед кредитором, подавшим заявление кредитора, в размере ста и более базовых величин.

Из возможных инициаторов для возбуждения дел по банкротству по Брестской области 48 налоговых органов, 49 ликвидационных комиссий, 31 должник и 15 кредиторов.

На основании данных Департамента по санации и банкротству сравним количество должников по Брестской области в 2017 и 2018

годах, в отношении которых возбуждено производство по делу об экономической несостоятельности в таблице 1. [1]

Таблица 1

Количество должников по делу о банкротстве в Брестской области за 2017-2018 гг.

ОБЛАСТЬ	**2017 год**					**2018 год**				
	1 кв.	**2 кв.**	**3 кв.**	**4 кв.**	**Итого**	**1 кв.**	**2 кв.**	**3 кв.**	**4 кв.**	**Итого**
Брестская	**34**	**38**	**33**	**28**	**133**	**28**	**52**	**30**	**32**	**143**
- с имуществом	*24*	*16*	*9*	*10*	*59*	*13*	*12*	*10*	*6*	*41*
гос. организации	18	1	1	2	22	1	2	2	1	6
частные организации	5	14	6	8	33	10	10	8	5	33
ИП	1	1	2	0	4	2	0	0	0	2
- без имущества	*10*	*22*	*24*	*18*	*74*	*15*	*41*	*20*	*26*	*102*
гос. организации	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
частные организации	6	19	19	14	58	14	29	13	21	77
ИП	4	3	5	4	16	1	12	7	5	25

На основании данных таблицы 1 мы видим, что в 2018 году по сравнению с 2017, количество должников по делу о банкротстве в Брестской области увеличилось с 133 до 143.

На основании данных Департамента по санации и банкротству, проследим количество завершенных дел об экономической несостоятельности в таблице 2. [2]

Таблица 2

Количество завершенных дел об экономической несостоятельности (банкротстве) за 2017-2018 гг.

ОБЛАСТЬ	**2017 год**					**2018 год**				
	1 кв.	**2 кв.**	**3 кв.**	**4 кв.**	**Итого**	**1 кв.**	**2 кв.**	**3 кв.**	**4 кв.**	**Итого**
Брестская	**48**	**30**	**29**	**46**	**153**	**53**	**47**	**44**	**43**	**187**
- с имуществом	*12*	*10*	*11*	*17*	*50*	*14*	*22*	*21*	*14*	*71*
гос. организации	0	0	0	1	1	2	4	2	2	10
частные организации	7	9	9	13	38	11	17	17	12	57
ИП	5	1	2	3	11	1	1	2	0	4
- без имущества	*36*	*20*	*18*	*29*	*103*	*39*	*25*	*23*	*29*	*116*
гос. организации	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0
частные организации	27	14	17	20	78	34	22	20	21	97
ИП	8	6	1	9	24	5	3	3	8	19

На основании вышеописанного материала можем сделать вывод, что проведению процедуры санации в Республике Беларусь подвержены многочисленные предприятия вне зависимости от форм собственности.

Список использованных источников

1. Департамент по санации и банкротству. [Электронный ресурс] UR: https://bankrot.gov.by/ (дата обращения: 12.10.2019).
2. Закон от 13.07.2012 N 415-З.
3. Указ президента Республики Беларусь от 04.07.2016 N 253.

УДК 330.15:005.591.6

Шевченко А.А., к.е.н., доцент
Кобилянський А.П., магістрант
Одеський державний аграрний університет

ІННОВАЦІЙНІ РЕСУРСОЗБЕРІГАЮЧІ ТЕХНОЛОГІЇ – ШЛЯХ ДО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В Україні протягом останніх 30 років площа еродованої орної землі збільшилася майже на 2 млн га (щорічні втрати – 64 тис. га) і зараз становить 11,3 млн га, або майже п'яту частину всієї території. Виснажливе землекористування загрожує ґрунтоекологічною кризою. Наразі спостерігається системне перевищення виносу речовин з ґрунту над їх надходженням. Компенсація виносу поживних речовин довгі роки забезпечувалася за рахунок хімізації, що призводило до зниження родючості і деградації ґрунтів [1].

Тому однією з головних приорітетних сучасних тенденцій українського аграрного виробництва має бути стрімке зростання його інноваційності, що забезпечить не лише підвищення ефективності та нарощування обсягів виробництва, а й розширення масштабів ресурсозберігаючого господарювання.

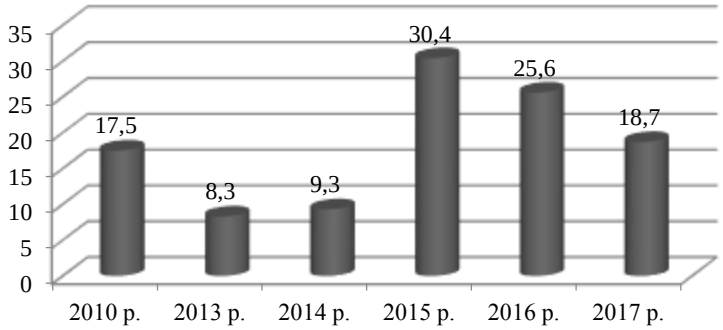


Рис.1 Рівень рентабельності продукції сільського господарства в сільськогосподарських підприємствах в Україні, %

Ефективність діяльності в Україні в с.-г. підприємствах (рис.1) найвищою була у 2015 році – 30,4 %, а у 2016-2017 рр. зазнала зниження. Так, як в Україні у 2015-2016 рр. частка виробництва продукції рослинництва склала 75,5 та 78,1 % відповідно, необхідно звернути увагу на рентабельність виробництва продукції основних товарних культур в рослинництві в с.-г. підприємствах.

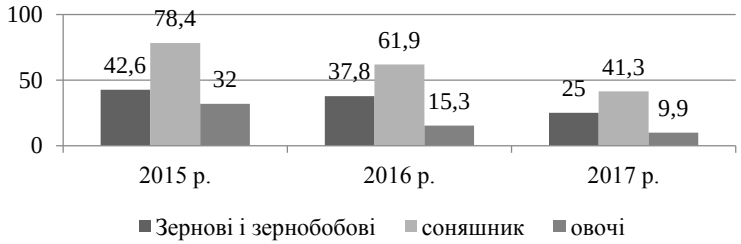


Рис.2 Рівень рентабельності виробництва окремих видів с.-г. продукції в с.-г. підприємствах в Україні, %

Як видно з рисунку 2, в с.-г. підприємствах України знижується рентабельність виробництва зернових та зернобобових, насіння соняшнику та овочевої продукції відповідно у 2017 році в порівнянні з 2015 роком на 17,6 %, 37,1 % та 22,1 %.

На нашу думку, це є наслідком грубих порушень науково – обґрунтованих правил системи землеробства, що спричинило перевищення витрат над очікуваним рівнем прибутковості.

Очевидно, що в Україні непереборне прагнення значної кількості

аграріїв до масштабного нарощування обсягів монокультурного виробництва все більше загострює існуючу проблему виснаження природних ресурсів агросфери. Тому існує необхідність у пошуках стратегічного напряму розвитку інноваційного землеробства та визначення альтернативних шляхів підвищення віддачі землекористування.

Термін «інновація» запровадив великий австрійський економіст Йозеф Шумпетер. Він стверджував, що інновація є історичним явищем, яке викликає необоротну зміну виробництва товарів. Також він вважав, що якщо замість зміни величини факторів ми змінимо функцію виробництва, то будемо мати саме інновацію. Отже, іншими словами інновація – це нова виробнича функція.

Аналізуючи різні підходи до визначення поняття інновація, ми дійшли висновку, що її варто визначати, як продукт, послуга, технологія або форми організації людської діяльності, які мають ознаки новизни, одержані як результат наукових розробок та раціоналізаторських рішень, і їх запровадження та/або реалізація дають можливість одержати економічний, соціальний, екологічний ефекти [3].

На нашу думку, головним у технологічній інновації є саме результат інноваційної діяльності сільськогосподарського підприємства. Результатом буде новий або вдосконалений продукт, впроваджений на ринок, чи новий або вдосконалений технологічний процес, що використовується на виробництві.

У рослинництві - це інноваційні технології, що дозволяють економити ресурси підприємства та підвищувати ефективність виробництва. Для цього існує спеціальна система заходів, які передбачають проведення низки наукових досліджень та розробок, створення і освоєння інновацій з метою максимізувати доходи та підвищити конкурентоспроможність продукції рослинництва шляхом зниження витрат на виробництві і підвищення її якості.

У тваринництві є свої особливості щодо розвитку інноваційних ресурсозберігаючих технологій. Перше, що буде впливати на розвиток інноваційних процесів є залежність виробництва від клімату. Друге – це використання у виробництві рослин і тварин, землі, що є біологічними активами підприємства. По-третє, на розвиток технологій значно впливає недосконалий рівень організації управління інноваційними процесами. І останнє – це виробничі та фінансові ризики, які є значно вищими на відміну від інших галузей.

Швидкість обороту інноваційного капіталу в тваринництві та його приріст не конкурують з промисловістю. Це особливо стосується виведення нових порід тварин, що може зайняти не один рік, а навіть

сягати десятки років. Це вимагає економічного зростання та впровадження новітніх науково-технічних досягнень та технологій. При цьому треба забезпечити максимальну оптимізацію використання обмежених ресурсів – фінансових, інвестиційних, матеріально-технічних.

До сучасних інноваційних технологій в АПК належать: селекція сільськогосподарських культур, генна інженерія та генетично модифіковані організми, органічне землеробство, краплинне зрошення, космічні технології в сільському господарстві та нанотехнології.

Висновки. Ресурсний потенціал аграрних підприємств вкрай обмежений і використовується з низьким рівнем ефективності. Галузеві диспропорції у розвитку моновиробнитцва у сільському господарстві призвели до руйнації агроресурсів. На перспективу інноваційні аграрні ресурсоощадливі технології стануть важелем економіного зростання аграрних підприємств.

Література:

1. Аграрний і сільський розвиток для зростання та оновлення української економіки : наукова доповідь / за ред. чл.-кор. НАН України Бородіної О.М., д-ра екон. наук Шубравської О.В. ; НАН України, ДУ «Ін-т екон. та прогнозув. НАН України». – К., 2018. – 152 с.

2. Сільське, лісове та рибне господарство www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/ kat_u/publ7_u.htm (дата звернення: 27.10.2018).

3. Шевченко А.А. Інноваційний розвиток аграрних підприємств / А.А. Шевченко, О.П. Петренко, Н.А. Добрянська // Аграрний вісник Причорномор'я: Економічні науки. Одеса: ТОВ «ВМВ». - 2017. -.с.200-213

4. Шевченко А.А. Сучасні технології в рослинництві // А.А. Шевченко, А.Д.Ляхова // Матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції (м. Харків, 30 листопада 2018 року). − Х.: ХНАДУ. − 2018. с. 176-179

УДК 33.336.336.7

Шевченко Н.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри фінансів і обліку
Руда О.І., к.е.н., доцент, доцент кафедри
економіки та економічної безпеки
Галайко Н.В., ст. викладач кафедри
економіки та економічної безпеки
Львівський державний університет внутрішніх справ

ОСОБЛИВОСТІ ПРОХОДЖЕННЯ ПРОЦЕДУРИ ЛІСТИНГУ УКРАЇНСЬКИМИ АКЦІОНЕРНИМИ ТОВАРИСТВАМИ

В сучасних умовах розвитку вітчизняного фінансового ринку публічне розміщення цінних паперів на організованому фондовому ринку є важливим та відповідальним фінансовим рішенням для публічних акціонерних товариств. Для цього акціонерним товариствам потрібно пройти процедуру лістингу. Лістинг дає можливість не лише залучати інвестиції, а й збільшувати розмір власного капіталу.

Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» визначає лістинг як «сукупність процедур з включення цінних паперів до реєстру фондової біржі та здійснення контролю за відповідністю цінних паперів і емітента умовам і вимогам, установленим у правилах організатора торгівлі» [1].

У сучасній українській економічній літературі є декілька визначень понять «лістинг». Перше, лістинг - це внесення акцій компанії до біржового списку з подальшим котируванням на біржі. Друге, лістинг – визначені правила допуску цінних паперів до торгівлі на фондовій біржі. Третє, лістинг – це угода між емітентом і біржею, або позабіржовим учасником фондового ринку, відповідно до якої цінні папери емітента приймаються до котирування [2,3].

Обов'язковою умовою ефективного котирування є подача всіх необхідних документів акціонерним товариством. Виконання всіх умов та вимог біржі, на якій буде проходити лістинг цінних паперів, є другою важливою умовою.

Процедура проходження лістингу для українських публічних акціонерних товариств представлена на рисунку 1.

Лістингові цінні папери на фондовому ринку має два рівні. На першому рівні здійснюється котирування на наступних умовах:

– емітент існує не менше трьох років
– вартість чистих активів емітента становить не менше 100 млн грн.

– річний дохід від реалізації товарів, робіт, послуг за останній фінансовий рік становить не менше 100 млн грн.

– в емітента відсутні збитки за підсумками двох фінансових років з останніх трьох фінансових років;

– ринкова капіталізація емітента становить не менше 100 млн грн.

– кожен з останніх 6 місяців з цінними паперами емітента укладалось не менше 10 біржових угод та виконувалось не менше 10 біржових контрактів, при цьому середньомісячна вартість біржових угод з цінними паперами емітента протягом останніх 6 місяців становить не менше 1 млн грн.

– загальна кількість акціонерів емітента становить не менше 500 осіб.

Рис. 1. Процедура лістингу на українській фондовій біржі (розроблено автором на основі 4)

Під час перебування акцій у котирувальному списку 2-го рівня лістингу здійснюється за таких умов:

емітент існує не менше одного року;

– вартість чистих активів емітента становить не менше 50 млн грн.;

– річний дохід від реалізації товарів, робіт, послуг за останній фінансовий рік становить не менше 50 млн грн.;

– в емітента відсутні збитки за підсумками останнього фінансового року;

– ринкова капіталізація емітента складає суму, не меншу 50 млн

грн.;

– кожен з останніх 6 місяців з цінними паперами емітента укладалось не менше 10 біржових угод та виконувалось не менше 10 біржових контрактів, при цьому середньомісячна вартість біржових угод з цінними паперами емітента протягом останніх 6 місяців становить не менше 250 тис. грн.;

– загальна кількість акціонерів емітента становить не менше 100 осіб.

Процедура проходження лістингу дає можливість залучити додаткові кошти для розвитку власної діяльності, збільшити розмів власного капіталу, підвищити власну ринкову капіталізацію, а також забезпечити достій рівень фінансової безпеки на підприємстві.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок» № 3480-VI від 01.01.2019. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/3480-15

2. Маслова С. О., Опалов О. А. Фінансовий ринок : навчальний посібник. К.: Каравелла, 2004. 344 с.

3. Шелудько В. М. Фінансовий ринок. 3-тє видання. К.: Знання, 2015. 535 с.

4. Українська фондова біржа. Офіційний сайт. URL: http://www.ux.ua/

УДК 330.332.011

Шевчук К.А., студентка
Научный руководитель Филиппова Т.В.
м.э.н. ассистент кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет

ДЕТАЛЬНЫЙ И ДИАГНОСТИЧЕСКИЙ ПОДХОДЫ В ОЦЕНКЕ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

Все экономические теории считают главными источником роста-инновации. Особым источником роста, позволяющим развиваться как отдельному экономическому субъекту, так и всей системе в целом, является инновационный потенциал.

Экономический потенциал включает в себя множество взаимосвязанных и взаимозависимых потенциалов: коммерческий, кадровый, производственный, технический, финансовый,

инвестиционный, организационный и инновационный потенциалы. Каждый из них определяет цели и возможности предприятия в каком-либо сегменте. Взаимосвязь данных потенциалов помогает при определении инновационной стратегии развития предприятия, разработки, производства и внедрения инноваций, и обеспечивает конкурентоспособность продукции, и в следствие конкурентоспособность системы.

Одним из важнейших этапов эффективного управления инновационной деятельностью предприятия является оценка инновационного потенциала (здесь и далее-ИП), не только на заданный момент, но и в динамике. При оценке ИП используют данные анализа внутренней среды предприятия, в которую входят анализ продукции, ресурсов, управления, организованности.

ИП предприятия может быть оценен с двух сторон:

- Готовность предприятия к разработке определенного проекта;
- Текущее состояние предприятия относительно реализуемых проектов.

В зависимости от основных задач оценки ИП, применяется одна из существующих методик оценки: детальная или диагностическая.

Детальный подход применяют на стадии составления инновационного проекта. С помощью данного подхода определяют готовность и способность предприятия к реализации инновации, а так же состояние ресурсной базы предприятия для реализации проектов.

При детальном подходе соблюдается следующий порядок действий:

- Разработка нормативной модели состояния инновационного потенциала предприятия;
- Определение фактического состояния вех элементов инновационного потенциала;
- Выявление значений отклонений фактических от нормативных параметров потенциала; определение сильных и слабых сторон потенциала;
- Разработка перечня мероприятий по корректировке выявленных отклонений с целью усиления слабых сторон.

В детальном подходе выделяются следующие недостатки:

- Нет возможности принять иные проектов, из-за нормативных значений, которые устанавливаются для определенного проекта;
- Нет отчетливо составленной процедуры установления нормативных параметров оценки;
- Результат анализа определен оценкой готовности конкретного предприятия к конкретному проекту. [2]

В качестве системы в диагностическом подходе может выступать не

только предприятие, но и его подразделения. Диагностический подход используется при ограничении в сроках проведения оценки, отсутствии информации о предприятии, отсутствии специалистов, способных проводить системный анализ. Критерии диагностического анализа основаны не только на внутреннем, но и на внешнем анализе. Круг данных параметров довольно ограничен. В целом, в диагностическом подходе в качестве оценок используется технология SWOT-анализа, которая оценивает сильные и слабые стороны ИП по каждому элементу. [1]

В данных методах оценка составляется с помощью балльных экспертных оценок. Нужно понимать, что экспертная оценка не всегда бывает объективной, из-за стремления к средним значениям.

В описанных методах фиксируют такие недостатки как:

- Субъективность экспертных оценок;
- Недостоверность некоторых показателей
- Нет отчетливо составленной процедуры установления нормативных параметров оценки;
- Привлечение специалистов извне предприятия.
- Нельзя после определения уровня и состояния ИП предприятия разрабатывать рекомендации по управлению инновационным потенциалом.[3]

Данные подходы имеют взаимообуславливающий характер, поскольку готовность к инновационной деятельности подразумевает наличие определенных возможностей и способностей, а наличие возможностей, в свою очередь, одно из необходимых условий, обеспечивающих должный уровень готовности и способности осуществлять инновационную деятельность.

Список литературы

1. Внутренняя среда организации. Инновационный потенциал организации: сущность и подходы к оценке: http://www.konspektov.net/question/5700603388887040 (последняя дата доступа 29.10.2019).

2. Оценка инновационного потенциала организации: https://studopedia.su/2_31627_otsenka-innovatsionnogo-potentsiala-organizatsii.html (последняя дата доступа 29.10.2019).

3. Развитие методов оценки инновационного потенциала промышленных предприятий: http://psihdocs.ru/razvitie-metodov-ocenki-innovacionnogo-potenciala-promishlenni.html?page=3 (последняя дата доступа 29.10.2019).

УДК 331.104

Шикасюк А.И. студентка
экономического факультета
Учреждение образования «Брестский
государственный технический университет»,

ОСОБЕННОСТИ СИСТЕМ УПРАВЛЕНИЯ МОТИВАЦИЕЙ ПЕРСОНАЛА

Мотивация – это побуждение сотрудников к достижению целей компании при соблюдении своих интересов. То есть мотивация —

- это процесс достижения баланса между целями компании и работника для наиболее полного удовлетворения потребностей обоих;
- процесс побуждения сотрудников к деятельности для достижения целей компании;
- создание условий отождествления интересов организации и работника, при которых то, что выгодно и необходимо одному, становится столь же необходимо и выгодно другому [1].

Очень важно, чтобы все сотрудники компании понимали, что только при достижении целей компании могут быть достигнуты цели сотрудника. Прибыль компании является источником выплаты дополнительного вознаграждения. Она может быть частично использована для дополнительного вознаграждения сотрудников, а если прибыль не получена, ничьи интересы не будут достигнуты.

В мотивированной деятельности работник сам определяет меру своих усилий в зависимости от внутренних побуждений и условий внешней среды. Мотив труда формируется только тогда, когда трудовая деятельность является если не единственным, то как минимум основным условием получения блага. Таким образом, мотивация труда становится важнейшим фактором результативности работы, влияющим на степень раскрытия трудового потенциала сотрудника, то есть всей совокупности свойств, влияющих на производственную деятельность.

В соответствии с моделью Портера – Лоулера уровень приложенных усилий определяется ценностью вознаграждения и степенью уверенности в том, что данный уровень усилий действительно повлечет за собой определенный уровень вознаграждения [1].

Идея мотивации заключается в том, чтобы персонал предприятия делала работу в соответствии с делегированными ему полномочиями и правилами, сообразуясь с принятыми управленческими решениями.

При планировании и организации работы руководитель компании (предприятия) выясняет, что именно должна делать возглавляемая им

компания, кто, как и когда, должен это выполнять. Если выбор данных решений произведен грамотно, то у руководителя появляется возможность координировать усилия сотрудников компании и сообща приводить в жизнь потенциальные возможности группы сотрудников [2].

На сегодняшний день есть условное разграничение стимулов персонала на материальные и нематериальные.

Суть их «нематериальности» заключается в том, что сотрудник напрямую не имеет материальных благ или получает их как символ успеха, достижений и т.п. [3].

Нематериальные стимулы реализуются через:

1.Видимые и публичные вознаграждения.

К видимым вознаграждениям можно отнести, к примеру, дать работнику собственный кабинет, оснащение места для работы дорогой мебелью и оборудованием, предоставление компанией автомобиля, как для служебных, так и для личных целей.

Публичные вознаграждения, применяемые в компании, весьма многообразны: в виде приказа или отправление личного благодарственного письма за достижения в деятельности или устранения форс-мажорной ситуации в компании.

2.Подарки являются один из методов нематериального поощрения. Примером подарка, который нуждается в наименьших затратах, выступает предоставление возможности работнику при необходимости в некоторых случаях уменьшать рабочий день, но при этом сохранять зарплату в полном объеме.

3. Социальное вознаграждение. Ещё одним из главных методов нематериальной мотивации выступает социальное поощрение, которое проявляется, в таких формах, как поздравления с днями рождения и юбилеями.

4. Мотивация посредством проектирования рабочего места. Важной частью системы мотивационных факторов в любой компании выступают факторы, которые определяются фирмой и условиями труда на рабочих местах работников. Факторы рабочего места делятся на 3 группы, такие как:

а) Условия труда на рабочем месте (комфортные условия, график перерывов в течение рабочего времени, поддержание устойчивой многосторонней коммуникации между руководителем и подчинёнными, смежными подразделениями).

б) Методы обогащения труда (к примеру, имеет ли работа фиксированные начало и конец, достаточно ли чётко описаны и доведены до сотрудника его основные функции, за выполнение которых

он несёт ответственность).

в) Развитие на рабочем месте (ротация рабочих мест, стажировка, обучение смежной специальности, повышение уровня квалификации, подготовка к продвижению на должность руководителя, участие в принятии решений, работа в команде проекта).

К формам материальной мотивации персонала можно отнести [4]:

1. Должностной оклад. Размер должностного оклада оценивается в соответствие со сложностью работы.
2. Перспективы того, что должностной оклад станет больше.
3. Постоянные надбавки за квалификацию, опыт работы, заслуги перед компанией.
4. Открытость и ясность системы оплаты труда; «белая» зарплата.
5. Отсутствие штрафов и удержаний из стабильной части заработка.
6. Оплата по итогам работы, премии; возможность не получать, а зарабатывать.
7. Участие в собственности предприятия (то есть % от заработка, дивиденды по акциям).
8. Дополнительный заработок в организации (участие в проектах, хоздоговора, гранты и др.).

Имеются некоторые преимущества материальной мотивации:

1. Оплата труда. Наиболее лучшим способом денежной мотивации выступает повышение заработной платы. Для того чтобы была реальная отдача от работников, объём предполагаемого вознаграждения должен быть относительно большим, в противном случае это может вызвать больший негатив делать свои служебные обязанности.

2. Премии. Одним из самых распространенных способов денежной мотивации выступают квартальные или ежемесячные премии, а также премия за выслугу лет.

3. Процент. Это процент от выручки, суть которого заключается в том, что заработок работника не имеет четко обозначенного предела, а зависит от профессионализма работника и его способности стимулировать продажу товаров или услуг.

4. Бонусы. В число материальных стимулов входят различные бонусы, однако их фиксированная сумма нередко становится демотивацией [5].

Так же помимо упомянутых ранее материальных и нематериальных методов мотивации выделяют следующие наиболее эффективные методы мотивации персонала, такие как:

1. Типовые стимулы, к которым можно отнести: перевод на более высшую должность, увеличение полномочий, дача процента экономического эффекта, признание, устная благодарность директора

компании при коллективе, шанс прямого общения с высшим руководителем, и прочие.

2. Индивидуальный пакет стимулов. При этом в определенной компании не может быть привычного пакета стимулов, стимулирование должно быть индивидуальным, нацеленным на определенного сотрудника.

3. Наказание как одно из методов мотивации работников. Главная задача наказания – это недопущение действий, которые могут навредить компании. То есть наказание ценно не само по себе, как «месть» за неправильные действия подчиненного, а как барьер, который не разрешит данному человеку повторить эти действия в будущем и послужит примером всему трудовому коллективу [6].

Таким образом, система стимулирования должна быть гибкой, легко изменяющейся по отношению к разным категориям персонала, и учитывать все нематериальные стимулы к труду. При эффективном применении различных видов стимулирования, можно воздействовать на такие факторы поведения сотрудников, как текучесть кадров, производительность и вовлечение в дела организации.

Список использованных источников

1. А.К. Клочков. «KPI и мотивация персонала. Полный сборник практических инструментов» / Москва, 2010.

2. Мизинцева, М.Ф. Оценка персонала [Текст] / М.Ф. Мизинцева. – М.: Юрайт, 2014. – 384 с

3. Бережная, Э.В. Проблемы совершенствования формирования заработной платы в современных условиях [Текст] / Э.В. Бережная // Молодой ученый. – 2015. – №12. – С. 383-386.

4. Базаров, Т.Ю. Управление персоналом [Текст] / Т.Ю. Базаров. – М.: Наука, 2015. – 402 с.

5. Журавлев, Г.Т. Экономика и социология труда [Текст] / Г.Т. Журавлев. – М.: Экимо, 2014. – 147 с.

6. Мишурова, И.В. Управление мотивацией персонала [Текст] / И.В.Мишурова. – М.: Феникс, МарТ, 2016. – 272 с.

УДК 331.582

Шикасюк Е.И., студентка
экономического факультета
Учреждение образования «Брестский
государственный технический университет,

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ

Совершенствование формирования и эффективности использования трудовых ресурсов относится к числу важнейших задач современного производства, является одним из основных условий в решении задач, поставленных организацией. Для обеспечения эффективного функционирования организации необходимо уделять должное внимание эффективности формирования трудовых ресурсов.

Исследованием трудовых ресурсов занимались очень многие ученые. Среди них: Величко А.В., Гавриш К. В., Киричек А. В., Лифанова Я. В., Любидина Д.М., Наумко Ю. С., Никитченко С. А., Прилипко В. А. и многие другие.

Трудовые ресурсы следует считать основным ресурсом, эффективность использования которого влияет на результаты деятельности и будущее развитие предприятия. Благодаря трудовым ресурсам приводят в движение материально-вещественные части производства, создаётся стоимость, продукт и прибавочный продукт в виде прибыли. Основная разница трудовых ресурсов от остальных ресурсов организации заключается в том, что каждый сотрудник предприятия имеет возможность отказаться от предоставляемых ему условий, попросить изменения данных условий труда, обучаться другим сферам деятельности или даже по собственному желанию уволиться с предприятия.

Учитывая сложность ситуации в экономике страны и на рынке труда, в частности, актуальным остается вопрос разработки новой рыночной концепции управления персоналом, усиление места и роли управления персоналом на государственном уровне.

Существует много подходов к определению понятия «трудовые ресурсы», далее приведем несколько из них.

В современном экономическом словаре категория «трудовые ресурсы» трактуется как экономически активное, трудоспособное население, часть населения, обладающая физическими и духовными способностями для участия в трудовой деятельности [1]

Травин В.В. определяет трудовые ресурсы, как часть населения

страны, обладающая физическим развитием, умственными способностями и знаниями, необходимыми для занятия общественно-полезным трудом [2].

Качан Е.П. рассматривает трудовые ресурсы, как совокупность носителей рабочей силы, которая обычно определяется демографической структурой населения, установленными пределами работоспособности как тех, которые принимают участие в процессе труда, создании потребительских ценностей и социально-культурных ценностей, так и потенциально способных к общественно-полезной деятельности [3].

Для отображения полной сущности понятия «трудовые ресурсы», мы предлагаем следующее определение трудовых ресурсов. Трудовые ресурсы – это определенная группа людей, обладающая необходимыми физическими и умственными способностями для участия в общественно-полезной деятельности с учетом возможного их задействованная в процессах создания новых товаров и услуг в виде материальных благ и предложений инновационного содержания.

Эффективное функционирование каждого предприятия зависит от обеспеченности требуемым персоналом, из этого следует, что персонал организации является одним из главных ресурсов любого предприятия. Качество и эффективность использования данного ресурса должно занимать важную роль, так как из этого следует, будет ли организация конкурентоспособна, сможет ли она достигать поставленных результатов. От компетентности действий персонала зависит создание продукта, стоимость и прибыль [4].

Управление трудовыми ресурсами представляет собой сознательный, сложный, многофакторный процесс, характеризуется специфическими особенностями и закономерностями, системностью и завершенностью. Управление трудовыми ресурсами является составной частью управления развитием государства.

В условиях переходной экономики направлениям улучшения эффективного использования трудовых ресурсов в Республике Беларусь могут быть:

1) активная политика государства: направления политики включают социальную поддержку, развитие гибкого рынка труда, его правовое обеспечение, трудоустройство, подготовку и переподготовку кадров;

2) экономический рост требует увеличения количества, улучшение качества рабочих мест (создание новых и реконструкции уже существующих рабочих мест, уменьшение рабочих мест с вредными условиями труда, защита среды);

3) улучшение использования эффективного организационного

принципа рынка труда - сотрудничество между предпринимателями, профсоюзами и государством;

4) заимствования опыта зарубежных стран по заключению коллективных договоров на высшем национальном уровне между ассоциацией предпринимателей и руководством профсоюзов; на уровне корпораций и отдельных предприятий;

5) для сдерживания стремления работодателей переманивать к себе квалифицированных специалистов, а также желание работников сменить место работы необходимо ввести на предприятиях равную оплату за равный труд;

6) разработка проекта для применения на практике общедоступных банков данных, должны предоставлять каждому, кто ищет работу, полную информацию о вакантных местах по профессиям, отраслям и регионам страны;

7) улучшение качества образования; введение курсов, систем повышения образовательного уровня безработных, переподготовка по профессиям, пользующихся спросом на рынке труда; организация семинаров для молодых специалистов, которые помогут им овладеть умениями самопрезентации, проанализировать собственные ожидания, соотнести их с потребностями рынка труда, найти на нем свое место;

8) государственное финансированию программ рынка труда, способствующее активному развитию трудовых ресурсов включает: обеспечение географической мобильности рабочей силы путем финансирования переезда семей в районы, где есть вакантные рабочие места, с гарантией улучшения материальных условий жизни; организация для молодежи общественных работ с достойной платой; поощрение предпринимателей к принятию на работу людей с ограниченными возможностями и специальное техническое оборудование рабочих мест для них; стимулирование развития предпринимательской деятельности; увеличение социальной защиты населения на рынке труда;

9) внедрение дополнительного заработка для студентов путем организации оплачиваемых работ на базе места учебы (учебного заведения);

10) повышение шансов трудоустройства работников из старших возрастных групп, ответственность работодателей за необоснованное увольнение сотрудников;

11) создание благоприятных условий для раскрытия интеллектуального развития, эффективного применения трудового потенциала, внедрение эффективных финансовых и нематериальных способов мотивации; совершенствование системы оплаты труда,

расширение возможностей получения дополнительных доходов;

12) высокую степень занятости трудовых ресурсов можно обеспечить за счет создания новых рабочих мест не только в конкурентоспособных отраслях но и требующих восстановления за счет инвестиций;

13) управление эффективным использованием трудового потенциала, постоянное обеспечение улучшения его качества (за счет оценки главных показателей состояния трудового потенциала) обеспечение соответствия трудового потенциала требованиям международного уровня; поддержка высококвалифицированных специалистов.

Таким образом, трудовые ресурсы - это часть населения страны, которая имеет способности по общественно-полезному труду в различных отраслях экономики. В условиях экономической нестабильности актуальным является переход к прогрессивным методам подготовки, поддержки и развития, рационального использования, выявления резервов трудовых ресурсов, увеличение занятости, совершенствования управления трудовыми ресурсами, развитие рынка труда, обеспечение сбалансированности количества рабочих мест, трудовых ресурсов и капиталовложений.

Список использованных источников

1. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь. 6-е изд., перераб. и доп. М.: ИНФРА-М, 2008. 512 с. С. 438

2. Травин В.В. Кадровая политика в современных условиях / В.Травин. - М., 2006.- 364с.

3. Качан Е.П. Управление трудовыми ресурсами / Е.П. Качан: учеб. пособие. - М .: Издательский дом «Юридическая книга», 2005. - 358с.

4. Мельникова Н. А. Повышение эффективности использования трудовых ресурсов // Молодой ученый. — 2019. — №23. — С. 272-273. — URL https://moluch.ru/archive/261/60136/ (дата обращения: 27.10.2019).

УДК 338.242.2

Шишкін В.О., к.е.н., доцент
кафедри підприємництва, менеджменту
організацій та логістики
Запорізький національний університет

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ В КОРПОРАТИВНОМУ УПРАВЛІННІ

Корпоративне управління – це система відносин між власниками, органами управління товариства, його менеджерами, а також іншими зацікавленими особами (працівниками, постачальниками, споживачами, кредиторами, державними та місцевими органами влади, громадськістю тощо) задля забезпечення ефективної діяльності товариства і максимально повного задоволення інтересів власників та інших зацікавлених осіб [1].

У світі немає єдиної моделі корпоративного управління, проте існують загальноприйняті стандарти, які становлять основу ефективного корпоративного управління і можуть бути застосовані у широкому спектрі правових, економічних та політичних умов.

Поява загальноприйнятих стандартів корпоративного управління обумовлена, передусім, зростанням уваги до питань корпоративного управління в умовах глобалізації фінансових ринків, лібералізації руху капіталу. Це спроба встановлення загальноприйнятих, прозорих та зрозумілих в усьому світі «правил гри» на фінансовому ринку. Розробка міжнародних стандартів корпоративного управління є також відповіддю суспільства на світові фінансові кризи та прагненням до стабільності фінансових ринків [2].

Зважаючи на те, що Україна вже багато років знаходиться в стані безперервної соціально-економічної кризи питання щодо нових підходів в корпоративному управлінні є безперечно актуальними.

Сьогодні вдосконалення корпоративного управління на національному рівні є важливим напрямом зусиль багатьох країн. Одним із інструментів, який дає можливість досягнення цієї мети, є запровадження національних принципів корпоративного управління поява яких зумовлена:

1. Усвідомленням неможливості вирішення всіх проблем, які існують у корпоративному управлінні, лише на рівні національного законодавства та необхідності їх врегулювання через запровадження етичних норм у практику корпоративного управління;

2. Сприйняттям корпоративного управління як важливого фактору національного розвитку та необхідної умови існування у міжнародному

конкурентному середовищі. Корпоративне управління розглядається як невід'ємна складова ринкової економіки, умова для розвитку приватного підприємництва, засіб підвищення конкурентоспроможності на міжнародних ринках та поліпшення показників економічної діяльності у цілому [2].

До останнього часу вважалося, що корпорації існують в першу чергу, щоб служити їхнім акціонерам. Але заява найбільших американських компаній Amazon, Apple, AT & T, Bank of America, Boeing, Coca-Cola, Comcast, Exxon Mobil, Ford, General Motors, Goldman Sachs, Johnson & Johnson, Lockheed Martin, Mastercard та інших, що вони перестануть працювати заради прибутку вносять істотні корективи в саму сутність поняття «корпорація». Керівники 181 американської компанії зробили заяву, що основна мета компаній змінюється з «максимізації прибутку акціонерів», на «роботу на благо всіх американців». Тепер же, крім роботи на благо інтересів акціонерів в документі вказуються такі цілі, як «прихильність створенню цінності для клієнтів», «інвестиції в співробітників», «чесна і етична робота з постачальниками», а також підтримка спільнот, в яких працюють компанії. «Ми закликаємо провідних інвесторів підтримати компанії, які створюють довгострокову цінність, інвестуючи в своїх співробітників і спільноти», – сказано в повідомленні. «Американська мрія жива, але вона вичерпує себе. Великі роботодавці інвестують в своїх співробітників і спільноти, тому що знають, що це єдиний спосіб бути успішним у довгостроковій перспективі», – прокоментував повідомлення глава JPMorgan Chase Джеймс Даймон [3].

Таким чином, насьогодні найбільш прийнятне визначення поняття корпорації наведено Д. Розенбергом: «Корпорація – це організація, що поставила перед собою визначені цілі, діє для суспільного блага, має певні права, є юридичною особою, діє на постійній основі та несе відповідальність» [4].

На нашу думку великий бізнес і вітчизняні корпорації мають бути в тренді сучасних тенденцій в корпоративному управлінні і згідно прикладу провідних світових кампаній відкоригувати свої цілі у бік економічного зростання України.

Список літератури

1. Ігнатьєва І. А., Гарафонова О. І. Корпоративне управління. Київ: Центр учбової літератури, 2013. 600 с.

2. Мальська М. П., Мандюк Н. Л., Занько Ю. С. Корпоративне управління: теорія та практика: підручник. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 360 с.

3. Американские компании перестанут работать ради прибыли. URL: https://new9.ru/news-1082680.html. (дата звернення: 20.09.2019.).

4. Гаврилко П. П. Корпоративні відносини в банківському секторі: фінансові механізми та маркетингові стратегії: монографія. Рівне : Волинські обереги, 2016. 240 с. URL: https://www.myslenedrevo.com.ua/uk/Sci/Economics/CorporateRelationsBank/1/2.html (дата звернення: 20.09.2019.).

УДК 331.101.26

Шляхова А.Ю., магістрант, гр. ЗПВ – 18 М, ФБСО
Науковий керівник: Овандер Н. Л., к.е.н., доцент
Державний університет «Житомирська політехніка»

ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ ПЕРСОНАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Організаційна діяльність будь-якого підприємства не обходиться без мотиваційних аспектів. Адже відомо, що процвітання будь-якої організації залежить від намагання працівників реалізувати свій професійний потенціал. На сьогоднішній день, для керівників різних підприємств проблема формування мотиваційного механізму підвищення продуктивності праці персоналу, як ніколи, актуальна. На Україну може нахлинути друга економічна криза. Кризове становище погрожує підприємству не тільки фінансовими питаннями і втратою свого місця на ринку, але і втратою провідних спеціалістів, без яких побороти кризу не можна.

Україну зачіпають проблеми стосовно мотиваційної політики: низька заробітна плата, проблема стосунків з керівництвом, умовами праці в організації та інше. Однією з головних проблем розв'язання даних питань являється байдужість керівного складу на умови праці та життя людей, які приносять їм дохід [4].

Керівництво підприємств розуміє, що потрібно мотивувати людей працювати на підприємство. Проте, вони вважають, що для цього достатньо грошової винагороди.

В організаційному контексті слово «мотивація» може використовуватися як визначення тих причин, які змушують працівника докладати зусилля, необхідні для отримання бажаного результату.

Мотивацію можна визначити і як щось, що змушує людей з бажанням і якісно робити те, що повинно бути виконано [1]. І

відповідно, складається враження, що службовці націлені тільки на удосконалення загальних задач підприємства. Працівники, не жаліючи себе, беруть додаткові робочі години, морально та фізично виснажуючись, працюють задля отримання премії. Адже вони переконані, що це того варте.

До основних завдань мотивації належить:

− формування у кожного працівника розуміння сутності і значення мотивації в процесі роботи;

− навчання персоналу та керівництва психологічним основам спілкування в організації;

− формування в кожного керівника демократичних підходів до управління персоналом з використанням сучасних методів мотивації [2].

До основних умов підвищення ефективності мотивації праці можна віднести: забезпечення відповідності структури стимулюючих засобів (економічних, престижних, задоволеність роботою) структурі мотивації праці персоналу підприємства (мотивів забезпечення важливих благ для життя, гідної заробітної плати, комфортних умов праці, престижу роботи в галузі та інше).

Цілі використання системи мотивації:

− приваблення персоналу в організацію;

− збереження працівників;

− стимулювання оптимальної виробничої поведінки [3].

Основними видами мотивації діяльності персоналу являється: матеріально-грошове стимулювання та нематеріальне стимулювання.

Матеріально-грошове стимулювання – це заохочення працівників грошовими виплатами за їхні старання у роботі, які принесли позитивні результати для підприємства. Це може бути: заробітна плата, різні премії, доплати і надбавки. Це, такий собі, стимул працівників повністю віддаватися роботі і підвищувати результати праці.

Якщо розглядати вплив заробітної плати на мотивацію праці, його походження має дві версії. З однієї сторони, це заохочення внутрішніх мотивів, що виникають при замкнутій взаємодії людини і мети, та пов’язані з потребами, інтересами людини, її намагання зробити своє життя кращим. З іншої сторони, цей вплив пов’язаний із використанням мотивів, які виникають за такої відкритої взаємодії, коли суб’єкт зовнішнього середовища породжує мотиви, що спонукають людину до певних дій. Мова йде про зовнішню мотивацію та її вплив на трудову поведінку працівника. Формуючи заробітну плату для своїх працівників, керівник впливає на якість та результативність праці, а також на її інтенсивність.

Якщо говорити про соціально-психологічні методи мотивації працівників, то слід зазначити, що одним із секретів успіху у застосуванні даного методу є довірчість та відкритість у взаємовідносинах між керівництвом та персоналом. Це інформування працівників про сучасний стан підприємства, про подальші перспективи, їхню реалізацію.

До основних методів підтримки та формування організаційної культури в організації відносяться:

- порядки та традиції на підприємстві;
- поведінка керівництва;
- впровадження корпоративної символіки;
- розвиток системи стимулювання відповідно до потреб персоналу;
- заклики, заяви, декларації керівництва;
- критерії відбору до організації;
- навчання працівників.

Таким, чином, на сьогоднішній день, кваліфіковані кадри – є однією з головних складових успіху підприємства. Тепер не можна уявити організацію без унікальних людей, які знаходять вирішення проблем оригінальними методами, проявляючи свій професіоналізм, відповідальність, цим самим сприяючи розвиток компанії. Саме за допомогою ефективного мотиваційного механізму підвищення продуктивності праці персоналу підприємства можна зробити найкращі умови для роботи будь-якої компанії.

Список літератури

1. Іванов С.Л. Роль нематеріальних чинників мотивації праці у формуванні людського капіталу сучасного підприємства в Україні. *Наукові праці НДФІ.* 2010. № 5. С. 34-38.

2. Ілляш О. І. Пріоритетні напрямки ефективного використання трудового потенціалу підприємства за складовою мотиваційного механізму. *Науковий вісник НЛТУ України.* 2011. № 21.7. С. 131-134.

3. Колот А. М. Мотивація персоналу: підручник. К.: КНЕУ, 2005. 337с.

4. Семикіна М.В. Продуктивність праці: методологія вимірювання, передумови зростання. *Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. Економічні науки.* 2010. Вип. 17. С. 457-463.

УДК 656.07:65.016.7

Щербина В.В., к.е.н., доцент,
Кольчак Д.В., магістрант
Одеський національний морський університет

УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ПІДПРИЄМСТВА ПОРТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Глобалізаційні процеси в світовій економіці, зміна ролі України у сфері міжнародних відносин, прийняття Закону України «Про морські порти України», постійні реформи в портовій галузі, розвиток електронної комерції, впровадження ІТ в логістичні процеси змінюють умови функціонування підприємств портової діяльності та спонукають до реалізації інновацій та активних змін на підприємстві. Необхідність змін також посилюється зростаючою конкуренцією на ринку портових послуг серед державних та приватних підприємств. Від вміння вчасно і належним чином змінюватись залежить виживання та успіх підприємств портової діяльності. Все це вказує на необхідність пошуку ефективних методів управління змінами для досягнення економічної ефективності функціонування підприємств портової діяльності та підвищення рівня їх конкурентоспроможності.

Управління змінами виділилось в самостійний вид діяльності, відносно, не так давно, та за цей час вивченням даного питання займалась велика кількість вітчизняних і міжнародних науковців. Аналізуючи теоретичні підходи до визначення поняття «управління змінами» можна виділити, що управління змінами – це процес, який робить можливим для організації модифікувати будь-яку частину її структури таким чином, щоб ефективно функціонувати у постійно мінливому середовищі. До нього входять дії, призначені для підтримки, прийому і затвердження необхідних та узгоджених модифікацій і змін.

Метою процесу управління є контроль змін з одночасним збереженням цілісності і якості послуг, що надаються у виробничому середовищі. Концепція і практика управління змінами останнім часом стали дуже популярними серед різних організацій [4].

У підприємництві термін «зміни» може мати декілька значень. Таким терміном характеризують зовнішні зміни технологій, умов конкуренції, різноманітних соціальних, політичних та інших факторів. Окрім зовнішнього середовища «зміни» стосуються також безпосередньо і внутрішнього середовища підприємства. Вони суттєво відрізняються від зовнішніх, тому що виникають під впливом різних обставин на підприємстві, на які воно може оперативно реагувати в разі

необхідності і адаптуватись до умов зовнішнього середовища конкретної галузі [2].

Управління змінами – це в цілому можливий комплексний підхід до управління станом підприємства, рівнем усіх напрямків його розвитку з використанням відповідних знань, моделей, методів та технологій, а також адаптація даних змін до умов діяльності самого підприємства, так ідо працюючого персоналу.

Управління змінами може спрощувати і підтримувати своєчасний потік інформації та операцій. Процес впровадження змін допоможе організаціям спрямувати потік інформації безпосередньо для «реального» використання, максимізувати можливості застосування доступного програмного забезпечення з метою зменшення непотрібних звітів і покращення продуктивності.

В науковій літературі виділяють активне і пасивне управління змінами. Більш прогресивною формою є активне управління змінами. Розробка заходів у відповідь починається до початку зовнішніх змін. Цей процес пов'язаний з впровадженням нововведень, а це призводить до появи опору. Тому за наявності у розпорядженні менеджменту підприємства достатньо часу, щоб знизити опір, можна змінити неформальні елементи організаційної культури за допомогою навчання персоналу і впровадження у свідомість співробітників нової системи цінностей і філософії управління, потім формувати нової системи і структури управління. Слід зазначити, що в практиці може мати місце і змішаний тип управління змінами, що носить риси як активного, так і пасивного управління змінами [3].

Користь від управління змінами різноманітна і пов'язана також зі зменшенням різних ризиків діяльності підприємства і покращенням якості надання послуг. Крім того, шляхом ефективного управління процесом запровадження змін, як запланованих, так і не запланованих, можна скоротити час простоїв роботи підприємства за різними об'єктивними та суб'єктивними причинами окремих його ділянок, підрозділів. Завдяки цьому та створенню серії методів аналізу, до яких відносять аналіз грошових і робочих витрат, прямий аналіз використання робочої сили та виправні методи і заходи буде можливим зменшити неефективні зайві витрати, поліпшити якість продукції та наданих послуг. Це в цілому буде означати зниження собівартості продукції, вирівнювання фактичних та очікуваних витрат, збільшення виручки, прибутку та більш обґрунтоване планування техніко-економічних показників роботи підприємства на майбутнє.

Управління змінами може також підвищити ефективність комунікацій. А краща комунікація між користувачами та організаціями

приносить вищий ступінь розуміння потреб і пріоритетів обох сторін, підкреслюючи те, що компоненти бізнес-процесу не працюють ізольовано один від одного. Покращення можливостей комунікації, введення і доступу до інформації, зробить більш оперативним передавання інформації, координування її руху, та її переробки, що є необхідним для ефективної реалізації управлінських завдань [5].

Література

1. Бажин І.І. Управління змінами / І.І. Бажин. – Харків: Консум, 2006. – 384 с.

2. Гайдей О.О. Управління змінами на підприємстві / О. О. Гайдей // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу № 3 (19) 2012. — С. 71–75.

3. Гринько Т. В. Управління змінами на підприємствах – необхідна умова забезпечення їх розвитку / Т. В. Гринько // Бізнес-Інформ. – 2013. – № 10.

4. Тарасюк Г. М. Управління змінами в системі управління підприємством // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки. – Житомир: ЖДТУ, 2010. – №2(52). – С. 287–291.

5. Турчіна С. Г. Управління змінами в контексті стратегічного розвитку підприємств / С. Г. Турчіна // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія : Економіка і менеджмент. - 2016. - Вип. 1. - С. 11-15. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vsna_ekon_2016_1_4.

6. Харрингтон Дж. Совершенство управления изменениями : пер. с англ. / Дж. Харрингтон; подред. В. В. Брагина. — М.: Изд-во «Стандарты и качество», 2008. — 192 с.

7. Экономика морского транспорта: Учебник / [Жихарева В.В., Котлубай А.М., Кибик О.Н., и др.]; под ред. В.В. Жихаревой. – Х.: «БУРУН КНИГА», 2012. – 480 с.

УДК 330.332.011

Янчук Д.Н., студент
Научный руководитель: Филиппова Т.В.,
м.э.н., ассистент кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет

ГОСУДАРСТВЕННОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

На сегодняшний день инновационная деятельность занимает одно из ключевых мест в развитии общества.

Инновационная деятельность представляет собой комплекс научных, технологических, организационных, финансовых и коммерческих мероприятий, направленный на коммерциализацию накопленных знаний, технологий и оборудования.

Однако любая деятельность должна быть подкреплена законом и регулироваться им.

Обратимся к законодательной базе Республики Беларусь в области инновационной деятельности и ознакомимся с основными ее законами.

В первую очередь стоит обратить внимание на то, какими органами государственной власти производится регулирование инновационной деятельности в Республике Беларусь.

В соответствии с законом Республики Беларусь «О государственном регулировании инновационной деятельности в Республике Беларусь» государственное регулирование инновационной деятельности в Республике Беларусь осуществляется Президентом Республики Беларусь, Советом Министров Республики Беларусь, республиканскими органами государственного управления, иными государственными организациями, подчиненными Совету Министров Республики Беларусь, Национальной академией наук Беларуси, органами местного управления и самоуправления областного территориального уровня в пределах их компетенции в соответствии с настоящим Законом и иными актами законодательства. [1]

В Республике Беларусь существует несколько органов власти, которые регулируют и производят контроль инновационной деятельности в Беларуси. Это говорит о том, что власти страны заинтересованы в развитии данного вида деятельности.

Так же в законе прописаны основные формы государственного регулирования инновационной деятельности, которые представляют собой:

- принятия (издания) нормативных правовых актов в сфере инновационной деятельности;
- подготовки и реализации программ инновационного развития;
- организации прогнозирования технологического развития;
- осуществления технического нормирования и стандартизации;
- в иных формах, предусмотренных законодательством. [1]

Одним из ключевых моментов закона Республики Беларусь «О государственном регулировании инновационной деятельности в Республике Беларусь» является то, что в нем прописаны все функции каждого органа государственной власти, имеющего непосредственное воздействие на регулирование инновационной деятельности в Республике Беларусь, начиная от определения основных направлений государственной инновационной политики и заканчивая контролем выполнения региональных программ в области инноваций. Это способствует распределению обязанностей каждому уполномоченному лицу и дает возможность более эффективно осуществлять процесс регулирования инновационной деятельности в стране.

Ещё одной из самых важных статей в законе «О государственном регулировании инновационной деятельности в Республике Беларусь» является статься 16 «Государственная программа инновационного развития Республики Беларусь», в которой прописано, что «государственная программа инновационного развития Республики Беларусь формируется сроком на пять лет и после утверждения Президентом Республики Беларусь является основным документом, обеспечивающим реализацию основных направлений государственной инновационной политики.

Формирование, финансирование государственной программы инновационного развития Республики Беларусь и контроль за ее выполнением осуществляются в соответствии с законодательством.» [1]

Исходя из этой статьи закона можно сделать вывод о том, что каждая инновационная программа страны имеет свои сроки выполнения, за которые в обязательном порядке требуется реализовать все поставленные цели, прописанные в данной программе. Реализация государственной программы инновационного развития страны в поставленные сроки является очень важным составляющим дальнейшей эффективной работы всех внедренных инновационных систем за данный период, т.к. именно от этого зависит возможность государства «идти в ногу со временем» и своевременно реагировать на все новшества в мире.

Исходя из вышенаписанной информации можно сделать вывод о том, что в Республике Беларусь существует своя система контроля и

регулирования политики в области инновационной деятельности. Это говорит о желании государства развиваться и стремиться к новым открытиям в области научных познаний, освоению новых технологий и созданию условий для дальнейшего развития инновационной инфраструктуры. Всё это является положительной тенденцией. Однако не мало важное внимание стоит уделить созданию и продвижению инновационных технологий в Республике Беларусь, что выведет страну на более высокий уровень и зарекомендует ее, как страну с высокоразвитой инновационной системой развития.

Список использованных источников:

1. Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь. URL: http://www.pravo.by/document/?guid= 3871&p0=H11200425 (дата обращения: 29.10.2019)

УДК 330.332.011

Янчук Д.Н., студент
Научный руководитель: Филиппова Т.В.,
м.э.н., ассистент кафедры менеджмента,
Брестский государственный технический университет

АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПРОБЛЕМ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ

Управление персоналом является одной из самых актуальных проблем на сегодняшний день. Оно представляет собой методы воздействия на эффективность работы сотрудников с целью улучшения результатов трудовой деятельности предприятия в целом. Проблема управления персоналом является значимой не только для руководителей предприятия, но и для самого рабочего персонала.

Лучшим вариантом создания рабочих условий на предприятии является ситуация, когда работники удовлетворены условиями труда и его оплатой, а руководители удовлетворены скоростью и качеством выполнения работ. Но такие ситуации встречаются крайне редко. Предприниматель, кроме своего опыта, должен располагать знаниями о том, как можно улучшить свое производство путем улучшения механизации, создания условий для улучшения взаимоотношений внутри трудового коллектива, хороших отношений рабочего персонала с руководством организации, а так же важное значение занимает анализ возникающих проблем и умения быстро найти пути их решения.

Проблемы управления персоналом связана с тем, что руководителю приходится управлять не просто обычными рабочими, а устоявшимися профессионалами, которые достаточно хорошо разбираются в своем виде деятельности и имеют достаточно большой опыт работы.

При неправильном руководстве могут возникнуть такие проблемы как: расчет на то, что все проблемы на предприятии имеют временный характер, незаинтересованность работников в процессе производства, простои, ухудшение качества рабочих условий и как следствие производительности и качества выполнения работ, воровство внутри организации, полное несоблюдение трудовой дисциплины на предприятии.

Ввиду этого могу образоваться следующие негативные последствия:

- плохая репутация предприятия;
- плохое качество товаров;
- банкротство.

Очень часто на сегодняшний день наблюдается нарушение прав работника. Но данная проблема может возникать не только по вине руководителя, но и по вине самого работника из-за его плохого или некачественного выполнения работ. Данная проблема может приводить к конфликтам внутри предприятия. Для недопущения каких-либо проблем на предприятии следует осуществлять постоянных их мониторинг и выявлять всевозможные пути их решения. Необходимо постоянно учиться управлять рабочим персоналом и совершенствовать свои навыки руководства, научиться слышать людей и грамотно трактовать цели деятельности своей организации. Так же для предотвращения нарушений прав работника существуют соответствующие органы управления.

Можно выделить ряд проблем, которые возникают при управлении работниками:

1. Чаще всего при назначении руководителя выбор падает на лучшего работника. Но данное решение не всегда может быть правильным ввиду того, что данный работник может идеально разбираться только лишь в своем виде деятельности, а об остальных направлениях не иметь даже понятия, как работать в данном направлении. Поэтому целесообразнее всего, при выборе нового руководителя, проводить своего рода электронное тестирование. Оно позволит наиболее точно выявить профессиональные навыки будущего руководителя.
2. Конфликты между рабочим персоналом, а так же конфликты работников с руководством являются одной из часто встречающихся проблем на предприятии. Это происходит зачастую ввиду того, что

работники проводят достаточно большое количество времени вместе. Путем решения этой проблемы может являться разбивка рабочего персонала на большее количество смен или бригад и их постоянными перетасовками.

3. Работники могут очень много времени уделять руководству и обсуждению их действий, что приводит к потере рабочего времени, простоям, а так же конфликтам между рабочими и руководством. Для решения этой проблемы руководству необходимо поддерживать контакт с рабочим персоналом. Проведение корпоративных мероприятий способствует созданию более дружелюбных отношений среди рабочего персонала и руководства. Так же вместо наказаний в виде понижения должности или же премиальных выплат можно проводить воспитательно-профилактические работы посредством общения с рабочим персоналом: выявление проблем, недопониманий между руководством и рабочими и поиск компромиссных решений данных вопросов.

4. Очень часто руководитель ждёт идеальных работников, который будет разбираться во всем, решать все вопросы сам и делать дополнительную работу. Но как показывает практика таких работников не бывает. А если работник и проявляет инициативу и смекалку, то ждёт от этого «неимоверной» отдачи. Для появления новых идей и определения инициативных работников руководству можно создать своего рода ящик с предложениями, куда работники будут кидать свои идеи по улучшению производства, опираясь на проблемы, с которыми они столкнулись в процессе работы. Самые лучшие из идей будут отбираться, и руководство будет стараться их реализовать. А авторы одобренных идей будут получать вознаграждения в виде премиальных выплат. Чтобы увеличить объемы работ можно поощрять персонал дополнительными выплатами за переработанные часы, при чем с процентами. Чем больше работник перевыполняет, тем больше он получает доплату за единицу.

5. Как правило руководство всегда получает большую заработную плату в отличии от работника. Это проблема носит больше государственный характер. Для ее решения необходимо пересмотреть нормативные документы по начислению заработной платы внутри предприятия.

6. Постоянная текучка кадров так же является не мало важной проблемой сегодняшнего времени. Данная проблема может возникать из-за неправильного распределения труда персонала, несправедливого начисления заработной платы, а так же из-за нежелания брать на рабочие места молодых специалистов. На предприятии все должно быть

честно. Каждый должен заниматься отведенным ему делом, при чем труд должен распределяться в равных пропорциях, для того чтобы не было ситуаций, когда один работник выполняет работу больше остальных, и при этом они получают одинаковую заработную плату. Так же не стоит лишать возможности устройства на работу молодых специалистов. Это постепенно будет повышать их профессиональные качества. [1]

За рубежом многие страны используют свою систему при руководстве персоналом. Так например в Японии нет распределения работников на категорий: высококвалифицированных, малоквалифицированных и неквалифицированных. Считается, что работники при приеме на работу не имеют квалификации и повышают ее в процессе работы.

В США используется свой метод мотивации персонала, который активно изучается во всем мире. Именно в США развилась теория лизинга рабочего персонала, которая используется многими компаниями в этой стране. Так же в США принято ставить между руководством и рабочим персоналом систему общих целей, которые достигаются в результате качественной и эффективной работы.

Особенностью США является гибкая система оплаты труда. Работники имеют прямое участие в прибылях компании или в распределении доходов.

В Европе большое внимание уделяется совершенствованию организационных структур управления. Многие западноевропейские компании внедряют дивизионные, а также матричные структуры управления, которые ориентированный на работу с людьми, на человеческий ресурс производства и управления. [2]

Главная цель управления персоналом- создание рабочих условий и взаимоотношений внутри коллектива для более эффективного функционирования организации и получения максимального эффекта от рабочей деятельности.

Список использованных источников:

1. Актуальные проблемы управления персоналом организации. URL: https://opersonale.ru/upravlenie-personalom/upravlenie-personalom-upravlenie-personalom/aktualnye-problemy-upravleniya-personalom-organizacii.html (дата обращения: 26.10.2019)

2. Особенности процесса управления персоналом за рубежом. URL: http://8cent-emails.com/osobennosti-processa-upravlenija-personalom-za-rubezhom/ (дата обращения: 27.10.2019)

СЕКЦІЯ 2

Сучасні моделі ефективного бізнесу підприємств

UDC 339

Associate Professor Svetoslav Iliychovski, PhD
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov, Bulgaria

WOMEN DIGITAL SKILS ANALISYS

The aim of the development is to analyze the digital competencies of women entrepreneurs in Bulgaria and Italy in order to identify the areas in which further training is needed. To achieve this, the following tasks need to be addressed: to clarify the nature of the digital competences needed and to make a comparative analysis in the two countries.

Jan van Dijk and Aleksander van Deursen state that there are four steps in the process of providing access to digital technologies: motivation - material access - access to skills acquisition (strategic, content creation, communicative, informative, formal and operational) and the usage of acquired skills. In their view, competences are a set of knowledge and skills [6].

Christov and al. analyze the supply and demand for digital skills in Bulgaria, Greece and Romania, concluding that at this stage, supply in all three countries provides free spaces and opportunities for developing new digital marketing programs and trainings [2].

In the Annex to the Council Recommendation on Key Competences for Lifelong Learning, digital competency means confident, critical, responsible usage and commitment to digital technologies for ongoing learning at workplace and participation in society. An important part of the competencies needed is the ability to initiate innovation, including and digital [7]. It includes informative and data literacy, communication and cooperation, media literacy, digital content creation (including programming), safety (including prosperity in the digital environment and cybersecurity competencies), intellectual property issues, solving problems and critical thinking [3].

A. Ferrari perceives the following definition of digital competences as a leading one: " Digital Competence is the set of knowledge, skills, attitudes (thus including abilities, strategies, values and awareness) that are required when using ICT and digital media to perform tasks; solve problems; communicate; manage information; collaborate; create and share content; and build knowledge effectively, efficiently, appropriately, critically, creatively, autonomously, flexibly, ethically, reflectively for work, leisure, participation, learning, socializing, consuming, and empowerment [5].

The definition given by the European Parliament and the Council is as follows: Digital competence involves the confident and critical use of

Information Society Technology(IST) for work, leisure and communication. It is underpinned by basic skills in ICT: the use of computers to retrieve, assess, store, produce and exchange information, and to communicate and participate in collaborative networks via the Internet [4].

K. Ala-Mutka is developing a conceptual model for digital competence that focuses on: 1) instrumental knowledge and skills for digital tools and media use; 2) advanced skills and knowledge of communication and collaboration, information management, training and problem solving and meaningful participation; 3) the use of strategic skills in a multicultural, critical, creative, responsible and autonomous way [1].

To measure the psychological profile of the women entrepreneur, a five-step Likert scale of type Strongly agree, Agree, Disagree, Strongly disagree, DK / NA is used. The number of women interviewed in Tsenov Academy was 105, in Italy – 101, with over 97% of the surveys being completed without missing cases. Questionnaire processing was performed using the SPSS software product, where descriptive statistics, frequency distributions were used.

Female entrepreneurs' digital competencies have the following scope:

• The degree of use of different search engines to find information and use some filters when searching;

• Use of collaboration tools and some features of online services;

• Creating complex digital content in different formats (text, tables, etc.);

• Installing device security programs and using them when accessing the Internet;

• Ability to solve common problems that arise when using digital technologies;

• Use of data, information and digital content;

• Interaction through digital technologies;

• Creating digital content (programming).

In Bulgaria, the level of use of different search engines for finding information and the use of some search filters is the highest competence of the surveyed women in the field of services (3.80). The lowest average rating for this competence is indicated by women starting a business in agriculture (3,42). The women surveyed in Italy indicate that this competence is the highest in industrial production (5) and the lowest in Services (3.59) and Logistics (3.6).

The use of cooperation tools and some features of online services is the highest in women in the field of industrial production in Bulgaria, with the lowest value indicated by women wishing to do business in Logistics (3.00). from E-commerce (3.14) and Commerce (3.34). The results from Italy are relatively identical, with the highest average being women active in Industrial

Production (5.00) and the lowest average being for women working in Services (3.63)., Ecommerce (3.78) and Logistics (3.90).

The creation of complex digital content in various formats (text, tables, etc.) has the highest average ratio among Bulgarian women starting a business in the field of Logistics - 3.33. The lowest is the average for women wishing to develop in the Services sector (2.93), followed by the E-Commerce and Commerce businesses by 3.00. A survey of women from Italy shows that the highest average is the creation of complex digital content in various formats (text, tables, etc.) in the field of industrial production. On the opposite end, women with e-commerce (2.78) and logistics (2.90) have the lowest average score.

Installing device security programs and using them when accessing the Internet has the highest average rate for Bulgarian women starting businesses in the Services sector - 3.53, with the lowest average competency score being women, starting in the field of industrial production (3,00). Next, the women announced that they would start a logistics business. In Italy, women working in commerce have the highest competence in installing device security programs and using them when accessing the Internet (4.17). The lowest rates are for women in the service sector (3.26).

The possibility to solve common problems arising from the use of digital technologies has the highest average ratio among Bulgarian women wishing to start a business in the field of industrial production (3.50), and the lowest is the average value for women start-ups in logistics (2.50), followed by services (2.8). For women surveyed in Italy, the results are similar - the highest average ratio is found in developing businesses in industrial production (5.00) and the lowest in women in the logistics sector (3.30).

The use of data, information and digital content by women surveyed in Bulgaria has the highest average score for start-ups in the industrial sector (3.75) and the lowest average score is for e-commerce (3.00), followed by trade (3.24). The women surveyed in Italy indicated similar answers - the highest average score in this competence is women working in industrial production (5.00) and the lowest average is women starting in the field of logistics (3.30).

Interaction through digital technology is rated by women surveyed in Bulgaria as the highest average in industrial manufacturing (3.50), and the lowest by women who intend to launch in the e-commerce sector (2, 71), followed by Services (2.85) and Trade (2.88). The women surveyed in Italy indicated that the highest average level of competence in "digital technology interaction" is that of industrial workers (4.67) and the lowest is the ratio of women working in logistics (3, 70).

As a result of the study of the digital competencies of women

entrepreneurs, the following more important results can be systematized:

• The presence of similar low average results implies directing efforts to increase the competencies in the use of cooperation tools and some features of online services;

• under the competence of "creating complex digital content in different formats (text, tables, etc.)" women do not have enough knowledge and skills, which is a prerequisite for their promotion;

• emphasizes the need to increase the knowledge and skills of the target group about the opportunities to solve common problems that arise when using digital technologies;

References:

1. Ala-Mutka, K. Mapping Digital Competence: Towards a Conceptual Understanding, European Union, 2011, p. 6. ftp://jrc.es/pub/EURdoc/JRC67075_TN.pdf

2. Christov, A. and al. Digital Skills Demand and Supply: The Case Three EU Neighboring Countries Bulgaria, Greece and Romania, Economic Alternatives, Issue 4, 2015, p. 117- 118.

3. European Commission, Brussels, Council Recommendation of 22 May 2018 on Key Competences for Lifelong Learning https://eur-lex.europa.eu/legal-content/BG/TXT/PDF/?uri=CELEX:32018H0604 (01) & from = EN

4. European Parliament and the Council. (2006). Recommendation of the European Parliament and of the Council of 18 December 2006 on key competences for lifelong learning. Official Journal of the European Union, L394/310.

5. Ferrari, A. Digital Competence in Practice: An Analysis of Frameworks, 2012,

http://jiscdesignstudio.pbworks.com/w/file/fetch/55823162/FinalCSReport_PDFPARAWEB.pdf

6. van Dijk, J., van Deursen, A. Digital skills unlocking the Information Society, Palgrave Macmillan, New York, 2014.

7. Перков, В. Влияние на институционалните промени върху аграрното предприемачество. Икономика и управление на селското стопанството, бр. 5/2008, стр. 11-14.

UDC 339

Associate Professor Simeonka Petrova, PhD
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov, Bulgaria

STRATEGIC DEVELOPMENT OF THE RETAIL ASSORTMENT: METHODOLOGY AND APPLICATION

Modern retailers use highly effective strategic tools, including pricing and commercial format solutions. The strategic choices of the trader influence with some force on the overall size of the assortment supply.

The main objective *of this development is to jointly study the two types of strategic solutions that are specific to retailers - to choose pricing and commercial format, and on this basis determine the effects on the value of the assortment supply.*

To achieve this, the following research objectives are set: defining and systematizing basic theoretical formulations for pricing strategies and choosing a commercial format; clarification of the importance of the two types of strategic decisions for the activity of retailers related to the assortment supply; development of a methodological basis that helps to study the effects of pricing strategies and commercial format on the overall value of assortment supply; formulating conclusions and making recommendations for improving the assortment supply. In this area, a study is conducted in the specialized literature related to the presented results on the preferences of the traders regarding the strategic choice of pricing applied and the accepted trading format. The use of an appropriate data set covering grocery retailers allows one to examine the determinants and impact of pricing, the trading format and the combination of merchant strategies. Despite the fact that there is a relative similarity in some of the combinations in comparison with others, the consideration of pricing strategies and the choice of commercial format allows to determine to a certain extent their effects on the range of retailers.

The current development of the lowest-focus researcher proposes a collaborative study of the two identified types of strategic decisions that may be registry specific. As for the news, it is within one general framework to determine and to make the level of joint action great with regard to the assortment offered by what needs to be done to be included in the lists included in the assortment, and the choice of commercial and ski format.

In a highly competitive environment, retailers use a diverse range of business survival tools. In this context, the selection and implementation of an appropriate strategy can predetermine the long-term prospect of success or failure, which is reduced to the realized value of sales of goods from the formed assortment.

One of the most essential and effective strategic tools in the commercial business is pricing. Researchers on these issues - L. Popkowski, T. Peter, S. Ashish and A. Sahgal, determine pricing as a set of retailer rankings - from offering strategies for the lowest price of the day, promotional prices or highest prices, to traders who often offer price discounts [3]. In addition, some traders combine certain pricing strategies, ie. apply hybrid pricing.

Another long-term strategic decision that traders have to make comes down to choosing a trading format. Commercial formats should respect consumer requirements and take into account the particularities of shopping situations. For example, as confirmed by O. Gonzalez-Benito, P. Munoz-Gallego and P. Kopalle in their productions, the diversity of commercial formats includes in the food sector [2]: see Figure 1.

- the most common commercial format for "supermarkets" offering a wide variety of food and home-made goods;
- larger shopping centers or so-called "Supercenters" who provide a huge range of products under one roof, including groceries;
- trade formats with limited assortment, which offer a small variety within a limited shelf space.

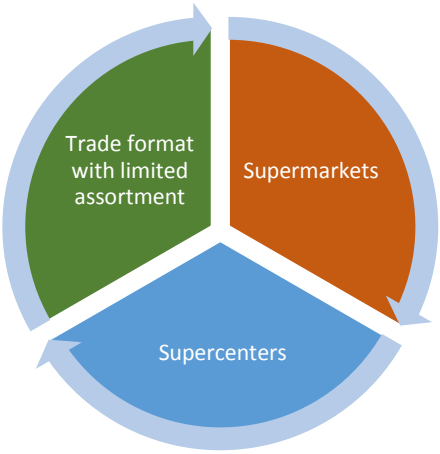


Fig. 1. Trade formats in the food sector

Strategic changes change in pricing or in commercially available format offers business-friendly business recommendations. For example, when a seller is reorienting to the lowest price strategy for the lowest price, or transferred to the category of commercial, promotional consumers, this cannot be generated by economic stability and sustainability.

Empirical studies by a number of researchers, including R. Bolton and

V. Shankar, show that one of the largest retailers globally, the American Walmart Company, adheres to a supercenter ski format and offering a wide range of goods at the lowest possible prices (EDLP - Every Day the Lowest Price). The adopted pricing strategy provides the required growth in sales of goods included in the total size of the range [1].

According to the positions of the authors thus cited, within a certain period of its operation, the Walmart retail chain, began to reduce its range by about 15%, which frees up the shelving space for leading brands, and especially for trademarks [1]. However, consumers are reorienting towards competing retail outlets because they cannot find their preferred products. Market research by Walmart finds that the downfall from sales of one product at a price of $ 1 leads to missed sales of $ 80 worth of goods. The retail chain subsequently corrects the assortment policy adopted. During this period, the company redirected Walmart from the EDLP - Every Day the Lowest Price - Everyday Lowest Price Merchant to a merchant policy that offers more temporary promotions, confuses consumers, and some of them get over it - entire to the so-called. Dollar stores, which are in economic boom.

As possible business solutions, Walmart sees: offering more proprietary brands and merchandise that cannot be bought elsewhere; building a sense of unique experience when visiting the store; offering limited time special promotions only at physical retail outlets and improving customer service. The chain is promoting the development of its smaller formats - Walmart Express and Neighborhood Market. As a global trader, the company develops key international markets including the UK, Mexico, China, Canada and Brazil and other countries. Walmart International's primary goal is to implement the "EDLP - Every Day the Lowest Price" policy across all its markets. This probably creates some difficulties in markets where consumers are accustomed to promotional discounts. In addition, account should be taken of the level of importance of price bids in the process of securing a competitive position in the market.

In theory, a trader can choose from any combination of pricing strategies and trading formats, with most merchants using a variety of combinations to occupy multiple market niches and serve a greater number of consumer segments. Accounting for pricing and trading format makes it possible to differentiate between merchant strategies: for example, certain retailers provide daily low prices for a wide selection of art towers, and others for lower prices for smaller selection of frequently bought goods. Third-party retailers focus on increasing the number of in-store services, such as cooking classes, freshly prepared foods, allowing them to reach higher-income segments.

Thus, variables affecting pricing and form store preferences are

determined to be merchant and consumer specific. It is important to assess whether marketers are focusing on one strategy or another or on thinking together about solutions.

The following important conclusions can be formulated from the study:

First, in the context of a dynamic market environment, the importance of using modern retailers of highly effective strategic tools to help pricing and targeting a particular trading format is increasing.

Second, from several strategically feasible solutions, the trader may choose a suitable combination that influences the overall value of the assortment supply with some force.

Third, the use of an appropriate data set covering food retailers allows one to examine the determinants and impact of pricing, trading format and combination of merchant strategies on the size of the product mix offered.

In their entirety, pricing and trading format strategies applied should be analyzed, compared and evaluated so as to highlight the relative similarities in one part of the combinations between them, in order to identify to a certain extent the manifesting power of influence and effects on the assortment of retailers.

References:

1. Bolton, R., V. Shankar. An Empirically Derived Taxonomy of Retailer Pricing and Promotion Strategies. Journal of Retailing. 79 (4). 2003. p. 213–224.

2. Gonzalez-Benito, O., P. Munoz-Gallego, P. Kopalle. Asymmetric Competition in Retail Store Formats: Evaluating Interand Intra-Format Spatial Effects. Journal of Retailing. 81 (1). 2005. pp. 75–79.

3. Popkowski L., T. Peter, A. Sinha, A. Sahgal. The Effect of Multi-Purpose Shopping on Pricing and Location Strategy for Grocery Stores. Journal of Retailing, 80 (2), 2004. pp. 85–99.

UDC 339.37:005

Solomina G. V.
Cand. of Econ. Sciences, Assoc. Prof.
of the Department of Financial and Economic Security
Nedoynov K.V.
cadet of the Department of Financial and Economic Security
Dnipropetrovsk State University of Internal Affairs

BUSINESS - THE ENTERPRISE MODEL BY THE "8 CUBES" METHOD

The processes of forming business models are in the field of scientific research of modern aspects of enterprise management, which are in the field of view of foreign and domestic scientists.

The concept of "business model" is closely related to the strategy of the enterprise [1], because the strategy formulates a specific goal (market position), and the business model describes how to achieve it (how to create value for competitive advantage). The relationship between the business model and the strategy can be represented by the "value equation":

V = MS,

where V (Value) is the value; M (Model) - business model; S (Strategy) - strategy.

The equation assumes that an enterprise must independently identify the best business models for strategy implementation and, on their basis, implement its own strategy aimed at meeting needs [2].

Researches in the field of business modeling highlight the methodological approaches that focus on the study of the main elements: consumers, supply (product), distribution channels, consumer relations, cash flows, resources, partners and cost structure [3].

Noteworthy is the "8 cubes" approach (Table 1), a sequence of actions that allows you to systematize the goals and methods of business organization. The response mechanism in all blocks gives the opportunity to build an effective and successful business model.

In addition, the structure of the mechanism for organizing the business model of the enterprise indicates not only the necessary composition of its components, but also the logic of formation. Given that each of the components, having its purpose, content, methods of operation, influences one of the essential characteristics of the management process, that is, has a relative priority, their optimal combination ensures the formation of effective management decisions, their implementation and activation of the properties of the subject management for self-development.

Table 1

The algorithm of building a business model by the method of "8 cubes"

<table>
<tr><td></td><td></td></tr>
<tr><td>1. Consumer needs: what do consumers want? what are their unresolved issues? what might interest them?</td><td>6. Consumer Attraction Mechanism: Where Do Customers Come From? which channels are most effective?</td></tr>
<tr><td>2. Sources and components of the product: what resources (technologies, scientific knowledge, know-how, etc.) are available?</td><td>7. Consumer actions: what are consumers responding to? how to increase the number of interested consumers?</td></tr>
<tr><td>3. Finished product and packaging: product development, how do you "submit" a product to make it attractive?</td><td>8. Target consumer portrait: what is the target consumer? consumer maturity pyramid</td></tr>
<tr><td colspan="2">4. Non-market competitive advantage: what sets the company apart from its competitors?</td></tr>
<tr><td colspan="2">5. Market strategy: what is the state of the market? what strategic areas should you choose?</td></tr>
</table>

The process of creating an effective business model takes place in 3 stages: offering value to the consumer; forming a chain of value creation; determining the value that the firm receives in the process, as well as ways to protect against competitors. Elements of the business model under this approach are consumer loyalty, methods of its strengthening, brand equity and approaches to its growth, production system and relations with suppliers [4].

There are usually three steps to review your existing business model:

• analysis of typical business models of enterprises in the industry key skills, abilities of each type of enterprises and the logic of the appearance of these models.

• analysis of the current business model of the enterprise, research of key skills in the company, revealing the contradictions of the existing model;

• selection of promising business models of the alternatives, description of the logic of transition to long-term business model, development of a transition program [4].

In the context of applying the optimal business model specifically to the needs of consumers on the activities of the enterprise form the priority objectives, key of which in modern conditions are:

• minimization of production costs;

• the quality and reliability of products (goods/services);
• ability to respond to changes in demand.

Consistent implementation of these stages will form an effective business model of enterprises, and continuous monitoring and timely updating of the business model will ensure sustainable and efficient development of the enterprise. the ability to respond to changes in demand.

References:

1. Gambardella A. Business-Model Innovation: General Purpose Technologies and their Implications for Industry Architecture. *Long Range Planning*. 2010. № 43 (2/3). P. 267–271.

2. Сооляттэ А. Ю. Бизнес-модели компаний: определение, эволюция, классификация URL: http://mkozloff.files.wordpress.com/2010/02/business_models_finexpert_09.pdf.

3. Скриль В.В. Бізнес-моделі підприємства: еволюція та класифікація. *Економіка і суспільство*.. 2016. №7. С.490-496.

4. Лоттенбах Д. Бизнес-модель – как ДНК URL: http://newstrategies.ua/blog/businessmodel-kak-dnk-kompanii.

UDC 631.145;338.43

Yuldashev Sh.E., Nurullaev U.U., Pardaev Kh.A.,- assistant of the department "Economic efficiency and accounting in livestock"
Samarkand institute of veterinary medicine, Republic of Uzbekistan

GENERAL AND THEORETICAL ASPECTS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF AGRICULTURE IN UZBEKISTAN

In recent years, Uzbekistan has been implementing practical measures to promote sustainable development of agriculture. As the President of the Republic of Uzbekistan Sh.Mirziyoyev noted: "The most important task is to reform the agricultural sector management system, to introduce advanced technologies for the rational use of land and water resources, and to ensure food security."

Nowadays the terms "sustainable development", "sustainable agriculture" are being considered as the most important update topic as never before. The problem of sustainable development is being actively discussed at the

national and international conferences, scientific publications and Mass Media. Because the changes (such as the world financial-economic crisis and social, economic and ecological problems and etc.) are taking place over the world in the last years and attracting the world community's attention. These problems were firstly understood by developed countries because they run across with the disorder of ecological sustainability as a result of ineffective using the natural resources. After that these countries began to process different new models and principles of sustainable development.

One of the works of the Brundtland Commission was popularizing the notion "sustainable development". After the problem of sustainable development had put in agenda, about a hundred definitions of the term "sustainability" were published. The notion sustainable development is defining by more than 30 direction notions. The absence of single opinion on these notions is carried out different approaches. But on the base of them there is the generality from the economical, social and ecological point of view which is indicated to improve human profit and life. In spite of publishing a lot of definitions about sustainability and sustainable development, the following definition is considered as the most used definition: **Sustainability** is improvement of the technical, scientific, ecological, social and economical resources and support of an effective system in the condition of equilibrium of time and place. **Sustainable development** is the development which can satisfy the needs of present generation but does not threaten to the opportunity of satisfying the needs of future generation.

There are three main goals of sustainable development:

1. General goal – conditionally endless existence of human civilization and its progressive development.

2. Providing goal – keeping the parameters of biosphere in the sphere of the opportunity of human existence.

3. Supporting goal – human reproduction in the condition of the existence of biosphere components in the form of separate ecosystem.

Sustainable agriculture is not the effectiveness in a certain period; it means supplying the population with the ecological pure food and providing the industry with raw materials for a long future. In sustainable development of agriculture the main attention is paid to incomes of rural population, their life, the quality of producing the food, ecological equilibrium and the protection of environment. In other words, the main purpose of sustainable agriculture is the production directed to quality fertileness and suitable to the balance of economical effectiveness. In short, sustainable agriculture works for quality not for quantity.

From the economic point of view, in sustainable agriculture the producing

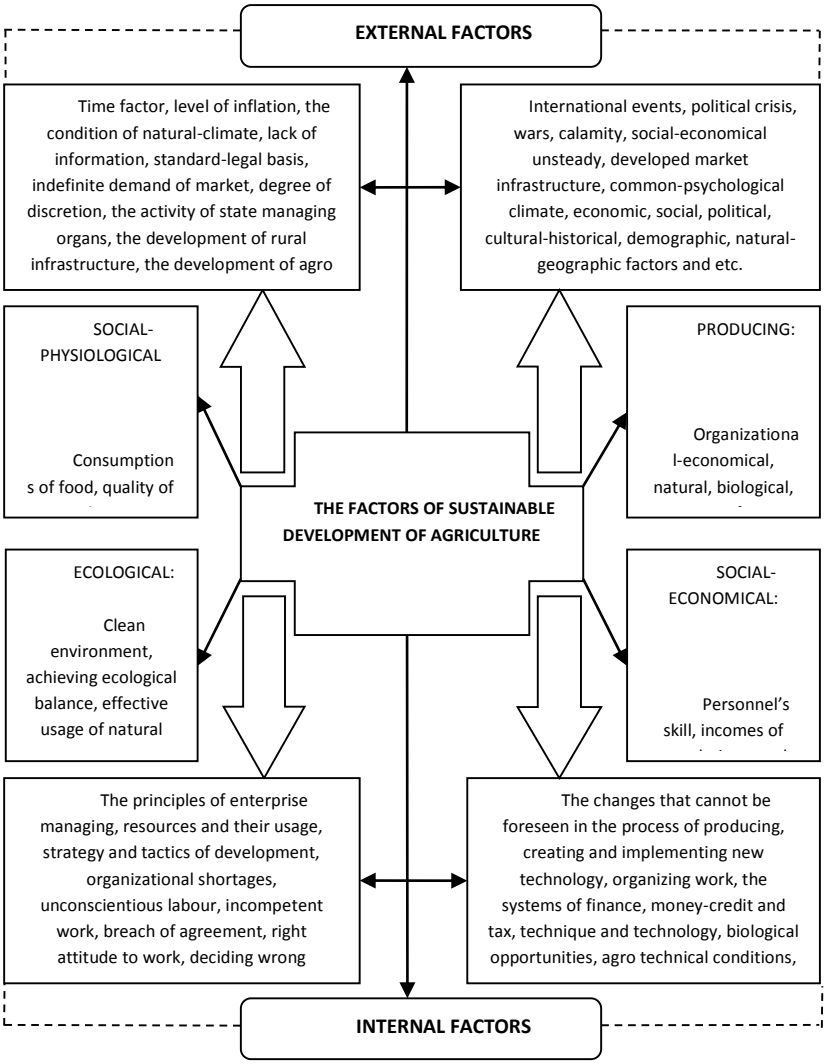
is less connected with the resources that are bought and in sustainable agriculture there is high diversification of producing. It should be emphasized that learning a new system of managing the agriculture demands intellectual, knowledge from the farmers. The high management and farming can occupy the place of material resources. Diversification of system decreases the producers' connection to the change of conjuncture in the markets of some productions.

From the social point of view, sustainable agriculture has positive influence to the health of consumers by delivering ecological pure and safe food production. In managing agriculture less obstruction of environment affects to living condition of population.

From the technological point of view, sustainable agriculture contains an effective usage of natural resources, using biological way on pest control, planting greasy and leguminous crops, increasing the effectiveness of soil, implementing innovative technologies and etc. Sustainable agriculture requires the equilibrium between farming and livestock. So sustainable agriculture is not a new notion, oppositely it is the system which reflects the results of scientific research and the best experiences of traditional farming culture.

Firstly the ways of managing sustainable agriculture is characterized by using the natural biological process maximum and not making damage to environment (mainly, thanks to using natural resources effectively and decreasing the usage of agriculture chemicals). Sustainable development of agriculture depends of internal and external factors. So before learning the main factors which affect the agriculture, one can not determine the priorities of sustainable development. These factors consists of optimal infrastructure in the agriculture, specializing of producing, an effective usage of work and material resources strengthening the land-reclamation system, perfecting the system of credit and tax, stimulating the commodity producers in the agriculture, implementing the thrifty technologies, automation and computerizing of production, increasing the fertileness, productivity, soil fruitfulness. First of all, learning, analyzing and generalizing the factors that affect the development of the agriculture give an opportunity of determining internal and external opportunities and the ways of using them (Picture - 1).

The notion development in the science of Agriculture Economics means the growth of production and increasing of profitableness. Sustainable economical development is considered as increasing of production and incomes in a long time strategic periods and decreasing of production in a short time with the exception of some conditions. It shows that the certain limits should be used up to the low limit, but also up to the high limit of growth rate of the production.



Picture - 1. The factors influencing to sustainable development of agriculture

Because groundless sharp development is of course a temporary condition and it causes to wasting the certain production and other resources uselessly. Sustainability requests effective development of each field of national

economy but the meaning of sustainability has a particular importance in the production on of agriculture. But influence of changes of world to agriculture is being felt. Sustainable development of agriculture considers the followings:

- producing different last products sufficiently taking the demands of population for the food into consideration;
- perfecting a mutual relationship of the producers in the agriculture on the sphere of agroindustrial complex (AIC) with other organizations;
- providing an effective activity of enterprises of the agriculture and satisfying the demand of the enterprises that reproduce the raw materials;
- producing ecological pure production and not producing the products that damage to the health of the consumers and have negative influence to environment;
- employing local knowledge and experiments that contain innovative approaches which haven't been widely used by farms and haven't been full investigated by scientists yet.

The analyses and the experiments of the developed countries show that inconstancy of agriculture and disproportion in the food markets can be solved by the interference of the government. The necessity from this depends on such several factors as the dependence of the production in agriculture on climate changes low level of the ability to withstand competition and market economy of the product, increasing of outcomes in production and more than 60 percent population of the country live in the rural territories.

In conclusion, sustainable agriculture is one of the priorities of the development of national economy. So, sustainable development of agriculture is considered as one of the most important tasks of today. Transition to sustainable agriculture is considered as a suitable way for all countries. Achieving to competitiveness is the goal of sustainable agriculture. In sustainable development of agriculture in Uzbekistan the competitiveness of the branch should be increased, for this the order and managing system should be perfected, foreign experiments should be learned and the directions of using them should be determined.

Bibliography

1. Address by the President of the Republic of Uzbekistan Sh. Mirziyoev to Oliy Majlis. Tashkent, 28 December, 2018. https://president.uz/en

2. Concept of steady development in context of globalization. World economics and international relations. 2007. №6.

3. A World Bank symposium. Agriculture and the environment: perspectives on sustainable rural development. The World Bank.

Washington, D.C. 1998.

4. Social-economical potentials of sustainable development. Text-book. Ukraine, Sum. 2007.

5. Sustainable agriculture and rural development: World experience and problems of Russia. Moscow, KMK Scientific Press. 2005.

6. Эргашев Р.Х.,Шодиев Б.Роль и значение налогов в корпоративных финансах. Http://znau.edu.ua/images/images-news/2018/

UDC: 330.190.1

Yuldashev Sh.E., Sultonov B.A., Tagaev A.S., assistant of the department "Economic efficiency and accounting in livestock"
Samarkand institute of veterinary medicine, Republic of Uzbekistan

FAMILY BUSINESS IS ONE OF THE PRIORITIES OF SOCIAL DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN

The year 2019 is declared the year of active investment and social development in our country. For further development of the social sphere, first of all, it is necessary to reduce unemployment among the population and increase incomes of people and families. To this end, over 2,600 business projects have been implemented in the country last year with the support of a number of programs, including "Every family is an entrepreneur" and "Youth is our future". Further work in this area will open the door to further development of entrepreneurship.

As President of Uzbekistan Shavkat Mirziyoev noted in the Address to Oliy Majlis, "One of the main tasks for today is entrepreneurship, creating more favorable business environment, creating new jobs, increasing people's incomes ...". For this purpose it is important to continue the work on supporting entrepreneurial activity in the country.

Today, development of small business and private entrepreneurship is one of the main factors of social and economic development of Uzbekistan. Especially in recent years, the creation and promotion of small business and family entrepreneurship are seen as an important factor in the structural transformation of our economy. One of the main directions in the development of small business and private entrepreneurship, which plays a significant role in the national economy of Uzbekistan, is the establishment and further development of family business and the solution of existing

problems.

Family business is the most common form of entrepreneurship in the world. Many businesses in the world are run or controlled by families. The experience of developed countries in the world shows that the economy of the country where family business is well developed will continue to grow. For example, in China, family entrepreneurship is so developed that many families have some kind of product or service.

Some researchers believe that family entrepreneurship is characterized by the following criteria:

- at least 51% of the business should belong to a single family;
- at least two family members should be involved in business management and management;
- transformation of ownership and management in family business should be discussed in advance.

Family business differs by:

• Trust: a high level of trust between family members and other participants that is critical to the success of family business;

• Single source of information: the competitive advantage in family business stems from the interaction between family, management and owners;

• Continuity: proper succession of entrepreneurship, a well-established strategic role and responsibility in entrepreneurship ensures the uniqueness of family entrepreneurship;

• Feelings of ownership: promoting personal growth among family members leads them to feel the role of family entrepreneurship in business, to understand change and to contribute to the business;

• Purposefulness: a clear purpose and evaluation will help family members to understand who they are and why they work, and how to successfully fulfill their responsibilities;

• Relationships: an open and transparent policy allows family members to freely discuss issues, express their feelings, intentions and aspirations and needs, which will encourage them;

• Family involvement: clearly defined roles, responsibilities, and respect for each family member in the business are important for effective family business management;

• Mutual respect: family relationships in family entrepreneurship are based on mutual respect and strengthen business success;

• Responsibility: each family member in family business takes responsibility for his or her actions and responsibilities, and rewards and incentives must be assessed objectively.

In the global economy, more than 80% of all businesses are family-

owned, with 50-75% of the world's employed population employed by family businesses. In many developed and developing countries 70-75% of GDP is family business. Today, the concept of "family entrepreneurship" is represented by more than 30 different definitions. The lack of consensus among scholars on these definitions creates different approaches. The differences between definitions make it difficult to compare and generalize. Nevertheless, the basis for them is the commonality of family interests and the relationships that arise from it. Family entrepreneurship is an entrepreneurship that is governed by a family relationship or by a family law.

Currently, the laws of the Republic of Uzbekistan "On guarantees of freedom of entrepreneurship", "On family entrepreneurship", "On licensing procedures in the sphere of entrepreneurial activity", the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan "About measures for development and expansion of handicraft activities" and craft activities are regulated by the Regulation" on the procedure.

Article 3 of the Law of the Republic of Uzbekistan "On family entrepreneurship" describes family entrepreneurship. According to it, family entrepreneurship is an initiative undertaken by family members at their own risk and for the purpose of earning income (profit) under their property responsibility. According to the law, family business can be based on the voluntary participation of its participants, family business can be carried out with or without formation of a legal entity, family-owned business is a legal entity, family business is not a legal entity and in the manner prescribed by law. The legal definition of the concept of "family enterprise" is legally important.

A family enterprise is a voluntary basis for the production of goods (works, services) and sale by its participants on the basis of common property owned or shared by participants of the family business, as well as the property of each participant of the family business. Family business is one of the organizational and legal forms of business entities based on the personal labor of its participants.

There are a number of benefits of family entrepreneurship:

• The family business can own, assume obligations, sue and be liable in court;

• The participants of the family business can independently determine the charter capital not less than ten times the minimum wage;

• The family business can operate in the home where the family resides and sell its own products.

The Decree of the President of the country "On the implementation of the program" "Every family - entrepreneur" signed on June 8, 2018 also provides

for the widespread promotion of family entrepreneurship, handicraft, home-based and other entrepreneurial activities, the creation of conditions for each family to have a sustainable source of income. The purpose of the program is to radically improve the living conditions of the population in remote, climatic and climatic conditions, to improve the quality and standard of living. It is planned to provide comprehensive support to the initiatives of the people wishing to do business, provide them with soft loans and provide practical assistance in the organization and implementation of business activities.

The Ministry of Justice of the Republic of Uzbekistan has registered the Regulation on the procedure for allocation of loans under the program and the loans are being provided under the program. According to the Regulation, soft loans under the program will be allocated to borrowers from 150 to 1,000 times the minimum wage for the purpose of starting or developing entrepreneurship:

• individuals wishing to engage in entrepreneurial activities;

• sole proprietors, microfirms, small enterprises, which are subjects of small business;

• dehkan and private farms;

• family business.

The interest rate is set at 7% per annual, with a 3% interest rate and a 4% margin. Microcredits can be granted for up to 6 months with a grace period of no more than three years. Loans can be provided for up to 5 years with a grace period of up to 2 years, depending on self-repayment according to the business plan of the project. At the same time, the grace period and repayment period should be detailed. Commercial banks have the right to provide microcredits to the borrower - small businesses up to 150 times the minimum wage without requiring the types of collateral provided by the regulation.

Loans are targeted specifically for livestock, rabbit, poultry, fisheries, beekeeping, greenhouses, gardens and vineyards, purchase of seeds, mineral fertilizers and chemicals for plants, hairdressing and cosmetology services, trades, metal and tin. manufacture and repair of products, manufacture of window frames from wood and aluminum (plastic) profiles, jewelry manufacture, watches, repair and maintenance of vehicles, sweets and confectionery products, such as business activities for the site.

In conclusion, the development of family entrepreneurship in the country will solve a number of urgent problems, such as increasing family incomes, saturating the domestic market with various goods and services, and employing the unemployed. Therefore, it is necessary to accelerate the development of family business. The share of family business in the economy is reflected in the self-employment of family members, the welfare of

families, and in GDP, home-based work, agriculture, trade and services. Consequently, family business is the basis for the development and development of society, and the development of small business and private entrepreneurship, including family entrepreneurship, plays an important role in the economic, social and political life of our country.

Bibliography

1. Address by the President of the Republic of Uzbekistan Sh. Mirziyoev to Oliy Majlis. Tashkent, 28 December, 2018. https://president.uz/en

2. Ibrahim, A.B. &Ellis, W.H. 2004. Family business management: Concepts and practice. 2 nd edition. Dubuque, TA: Kendall / Hunt Publishing Company.

УДК 330.14

Амиркулов Ш.О., самастоятельний соискатель кафедры "Экономика"
Каршинский инженерно-экономический институт

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЕ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В АГРАРНОМ СЕКТОРЕ

В Указе Президента Республики Узбекистан «Об утверждении Стратегии инновационного развития Республики Узбекистан на 2019–2021 годы» от 21 сентября 2018 года ПФ-5544 указано в «Развитие человеческого капитала как основного фактора, определяющего уровень конкурентоспособности и инновационного развития страны на международной арене» [1].

Аграрный сектор имеет большое значение для экономики и благосостояния населения. В отрасли занято более 3,5 млн. человек, на долю которых приходится около трети ВВП страны. Доход от экспорта сельскохозяйственной продукции составляет 25% от общей экспортной выручки Узбекистана. Аграрный сектор является экономическим ядром многих деревень и небольших городов, где альтернативные источники дохода, помимо сельского хозяйства, развиты недостаточно.

Накопление человеческого капитала в сельскохозяйственном секторе является одним из ключевых факторов экономического роста и развития сектора, а также важным фактором социального обеспечения в сельских районах.

На формирование человеческого капитала в аграрном секторе экономики оказывают влияние общее макроэкономическое развитие,

характеристики сектора, связанные со сложностью экономических, природных, социальных, демографических, культурных и этнических условий, определяющих особенности воспроизводственного процесса в сельском хозяйстве, низкая платежеспособность, монопольный характер материально-технических ресурсов, продовольствия и сельского хозяйства в целом взаимосвязь диктатур и отраслевых структур при продаже сельскохозяйственной продукции, влияние импорта на внутренний рынок этих товаров, долгосрочные циклические процессы, связанные с природными явлениями и биологическими процессами, значительная зависимость от климатических факторов и инвестиции в аграрный сектор по сравнению с другими секторами экономики низкая привлекательность.

Кроме того, русские исследователи Н.И. Прока, Е.И. Ловчикова А.А. Полухин и другие [2] испытывают недостаток адекватных возможностей для формирования и развития человеческого капитала в сельской местности, ограниченные возможности, плохие демографические условия и структура, неразвитость инфраструктуры, недостаточная мотивация, низкие инвестиции в человеческий фактор, низкие образовательные учреждения и работодатели. в отсутствие тесных связей они думали об управлении человеческим капиталом.

По мнению авторов выше, системный подход необходим для управления развитием человеческого капитала в аграрном секторе с учетом особенностей экономики, социальной сферы, демографии, политики и управления.

Нынешняя социально-экономическая ситуация в сельской местности, относительно низкий уровень доходов в аграрном секторен наличие межотраслевых различий в ценах, продолжительность инвестиционного цикла и сезонность сельскохозяйственного производства увеличивают риск инвестирования в человеческий капитала разработка теоретических правил и практических методов оценки экономической эффективности.

Обобщение вышеперечисленных пунктов, а также результаты нашего исследования позволят охарактеризовать специфику формирования человеческого капитала в аграрном секторе экономики со следующими особенностями:

Первая особенность - регулярный уход человеческих ресурсов - носителей человеческого капитала из аграрного сектора в другие устойчивые сектора экономики. За отчетный период численность занятых в сельском, лесном и рыбном хозяйстве сократилась на 147,3 тысячи в стране и на 15 тысяч в Кашкадарьинской области.

На наш взгляд, для достижения продовольственной безопасности в

условиях сокращения числа занятых в аграрном секторе необходимо повысить производительность в этом секторе. Это требует реализации таких мер, как повышение качества сельскохозяйственных работников, их переподготовка, обучение работе с новыми технологиями и улучшение условий для использования человеческого капитала. При анализе производительности труда (в текущих ценах) доходы сельского хозяйства в стране за рассматриваемый период выросли на 193,16%, а в Кашкадарьинской области - на 197,34%, а производительность труда составила 195,92 и 205,57% соответственно. Рост производительности труда в последние годы обусловлен ростом цен на сельскохозяйственную продукцию.

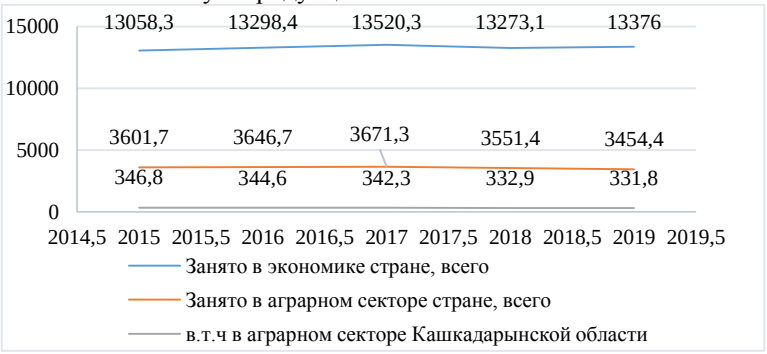


Рисунок 1. Среднесписочная численность занятых в экономике и сельском хозяйстве страны (тыс. чел.)[9]

Вторая особенность заключается в том, что аграрный сектор экономики имеет социально-экономические и многогранные технологические особенности.

Третья особенность - слаборазвитая инфраструктура услуг в сельской местности.

Четвертая характеристика: социально-экономический консерватизм, культурно-исторические традиции сельского населения, характеристика сельского образа жизни.

Пятая характеристика: непредсказуемость экономических последствий хозяйственной деятельности.

Неопределенность конечных экономических результатов создает

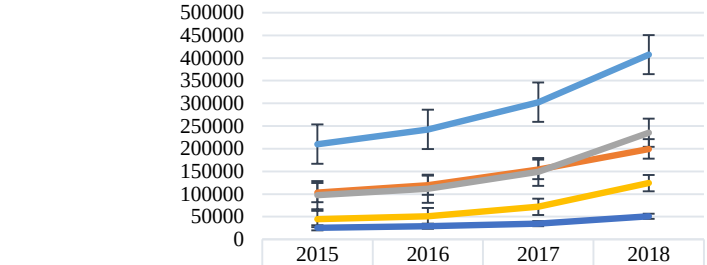
[9] Источник; www.stat.uz. Разработано автором на основании ссылки [4].

проблемы в финансировании и полном использовании человеческого капитала.

Шестая характеристика: государственное регулирование развития сельского хозяйства и государственный контроль за продовольственной безопасностью.

Это связано прежде всего с наличием межсекторальных различий и необходимостью их устранения или предотвращения.

Старение существующих производственных мощностей в отрасли, неадекватный доступ к новому оборудованию и технологиям привели к разрушению кадрового потенциала и потенциала сельскохозяйственных ресурсов при минимальном доступе к количественному и качественному компоненту сельского человеческого капитала. Это привело к деградации ресурсного потенциала и материально-технической базы сельскохозяйственного производства. В результате сельское, лесное и рыбное хозяйство отстает от темпов роста ВВП на 193,9%, увеличившись на 188,9% (Рисунок 2).



	2015	2016	2017	2018
ВВП Узбекистан	210183,1	242495,5	302536,8	407514,5
Сельского,лесьного и рыбного хозяйство	103302	119726,7	154369,4	199537,4
Продукции промишленность	97598,2	111869,4	148816	235340,7
Инвестиции	44810,4	51232	72155,2	124231,3
Строительство	25423,1	29413,9	34698	51129,3

Рисунок 2. Анализ динамики изменения доходов в ВВП Узбекистана и в отдельных секторах экономики.

Среди особенностей формирования человеческого капитала причинно-следственные и косвенные отношения играют важную роль, например, неадекватное развитие инфраструктуры в сельской местности приводит к перемещению носителей человеческого капитала

из других секторов экономики в более привлекательные сектора экономики. Однако на формирование человеческого капитала в аграрном секторе во многом влияет система государственного регулирования развития сельского хозяйства в соответствии с проведением аграрной продовольственной политики.

В связи с особенностями формирования человеческого капитала в аграрном секторе и их взаимосвязью:

- ✓ разработка национальных приоритетов в сфере занятости с учетом растущего притока мигрантов, сокращения формирования и распределения местных бюджетов от районного до сельского уровня;
- ✓ создание специализированных аграрных групп из сельских школ для удовлетворения спроса на квалифицированную рабочую силу, создание гарантированной системы высшего образования в аграрных университетах с перспективой работы в аграрном секторе не менее пяти лет;
- ✓ использование льготных кредитных ставок для предпринимательской деятельности в сельской местности, налоговых льгот и преференций в государственной денежно-кредитной и налогово-бюджетной политике;
- ✓ распределение доходов от фермерских хозяйств, которые являются основными производителями в сельской местности, для социально-экономического развития села;
- ✓ сезонное производство сельскохозяйственной продукции для увеличения оборачиваемости сельскохозяйственных предприятий, увеличения ассортимента продукции, строительства, переработки и, в конечном итоге, продажи складов, перехода от сырья к готовой продукции;
- ✓ усиление государственного регулирования сельской местности и сельскохозяйственного производства; это желательно.

Литературы

1.Узбекистан, «Указ Президента Республики Узбекистан от 21 сентября 2018 года № UP-5544».

2.Прока Н.И., Ловчикова Е.И., Полухин А.А., Кузнецова Т.М., Каменева К.П. Формирование эффективного механизма воспитания человеческим капиталом.

3.Lex.uz.

4.Статистические данные Макроэкономического и статистического комитета Республики Узбекистан за 2001-2019 гг. Стат.

УДК 334

Біляк Т.О., ст. викладач кафедри менеджменту і підприємництва
Намонюк А.М., магістрант кафедри менеджменту і підприємництва,
Державний університет «Житомирська політехніка»

УПРАВЛІННЯ ЗБУТОМ ЧЕРЕЗ CRM-СИСТЕМУ

В даний час практично не залишилося компаній, які не використовують інформаційні системи для ведення бізнесу. Однією з таких систем є система управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM). Вона дозволяє оптимізувати маркетингову діяльність компанії, збільшити продажі, покращити клієнтський сервіс, підвищити лояльність клієнтів. Система використовується для зберігання основних даних клієнтів, збереження повної історії взаємин з ними, побудови нових і оптимізації поточних бізнес-процесів, подальшого аналізу результатів. Однозначно можна сказати, що система CRM забезпечує прозорий контроль над будь-якою стадією продажів. Система дозволяє побачити слабкі місця в ланцюжку просування та продажу продукції. Допоможе оптимізувати роботу менеджерів продажу, сервісних менеджерів та інших співробітників, залучених до процесу. Завдяки використанню системи керівництво завжди буде знати про бажання своїх клієнтів.

Що потрібно, щоб успішно впровадити CRM?

1. Опрацювати бізнес-процеси системи продажів, щоб кожен учасник розумів, що і в який момент потрібно робити.

2. Визначити набір функціональності, яка потрібна для підтримки процесів продажів на підприємстві.

3. Сформувати регламент використання системи всіма учасниками процесів продажів. Користувачі повинні чітко і однозначно розуміти, як працювати з системою і слідувати правилам.

4. Повністю залучити до проекту представників бізнесу, які мають працювати з системою. Всі запити повинні виходити саме від них, вони повинні визначати, якою має бути система. В ідеалі необхідно, щоб компанія-інтегратор безпосередньо взаємодіяла з бізнес-користувачами всередині компанії.

5. Опрацювати інтерфейс майбутньої системи. Він повинен бути лаконічним, зрозумілим і зручним для користувача будь-якого рівня. Це дозволить скоротити витрати на навчання і час на адаптацію користувачів.

Важливо розуміти, що CRM-система буде відпрацьовувати вкладені гроші тільки при максимальному її наповненні даними. При дотриманні регламенту використання системи учасниками процесів продажів і своєчасному занесенні даних ви отримаєте потужний і прозорий інструмент для аналізу і збільшення ефективності ваших продажів.

Список літератури:

1. CRM–стратегія та її місце в управлінні компанією [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://forinsurer.com/public/03/02/17/290
2. Система CRM – управління відносинами з клієнтами і контроль бізнес-процесів [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://u-s-c.com.ua/crm/
3. Управління взаємовідносинами з клієнтами (CRM) [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://parus.ua/ua/220/

УДК 331.2 : 338.4 : 658.3 :332.6 : 657.421.1

Бірюченко С.Ю., ст. викл. кафедри менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ПЛАТА ЗА ОРЕНДУ ПІДПРИЄМСТВОМ ВЛАСНИХ ЗЕМЕЛЬНИХ ДІЛЯНОК ПРАЦІВНИКІВ ЯК ОСОБЛИВА СКЛАДОВА ДОХОДУ ПЕРСОНАЛУ

Головною передумовою успішної діяльності підприємства є наявність висококваліфікованих працівників. Без трудового колективу немає організації, а без фахівців жодна організація не здатна досягти своїх цілей. Основою залучення на підприємство спеціалістів та досягненню ними високих показників у роботі, є величина доходу, яку вони можуть отримати від даного суб'єкта господарювання. В свою чергу рівень доходу працівників підприємства та його структура мають також велике соціально-економічне значення і впливають не лише на поточні, а й на майбутні показники діяльності підприємства.

Доход персоналу підприємства включає в себе всі виплати, що входять до фонду оплати праці та інші виплати, що не належать до даного фонду відповідно до Інструкції зі статистики заробітної плати №5.

Виплати, що не належать до фонду оплати праці, є важливою складовою доданої вартості підприємства в частині оцінки робочої сили. Наявність цих виплат інколи стає вирішальним фактором для

обрання працівником саме даного підприємства. Одним з елементів виплат, що не належать до фонду оплати праці та формують потенційний доход персоналу є доход від здавання власної земельної ділянки працівника в оренду підприємству.

Якщо, ж підприємству бракує площ для розміщення складських приміщень, розширення виробничих площ або існує потреба у тимчасовому використанні земельних ділянок для розміщення транспорту, техніки, керівництво підприємства може взяти в оренду земельну ділянку у працівника. Такий варіант забезпечує задоволення потреб підприємства у необхідних додаткових площах, працівник отримує більший дохід від суб'єкта господарювання, а процес договірного співробітництва несе в собі спрощений характер.

Дослідження, пов'язані з виплатами працівникам, проводились А. Шевченко, Н.В. Овсюк, О.Ю. Радченко, В.Сж. Лень та М.П. Штупун. Організаційні аспекти оренди землі розкривають у своїх працях Жук В.М., Вороновська О.В., Крупенко А.О. та ін. Безпосередньо розгляд питання виплат працівникам промислових підприємств у вигляді доходу від здачі в оренду земельної ділянки залишився поза увагою вчених.

Найбільшої уваги заслуговує процедура визначення величини орендної плати за земельну ділянку орендовану у працівника. Встановлення конкретного розміру орендної плати залежить від розміру земельної ділянки, її місцезнаходження, грошової оцінки, наявності необхідних для господарської діяльності природних об'єктів (водне джерело, ліс тощо), цільового призначення земельної ділянки.

Розмір та умови внесення орендної плати встановлюються у договорі оренди між орендодавцем (власником) і орендарем. Проте, річна сума платежу:

- не може бути меншою за розмір земельного податку, встановленого ст. 274.1 Податкового кодексу України;
- не може бути меншою 3 відсотків нормативної грошової оцінки (пп. 288.5.1 п. 288.5 ст. 288 Кодексу);
- не може перевищувати 12% нормативної грошової оцінки.

В економічних умовах, які склались в галузі землекористування України, ефективним методом визначення орендної плати може бути плата, встановлена на основі науково обґрунтованих ставок за одиницю площі землі з урахуванням ринкової її вартості та терміну капіталізації. Для визначення розміру орендної плати використовують формулу:

$$ОП = РВ/ТК \quad (1)$$

де ОП – орендна плата, грн.; РВ – ринкова вартість орендованої земельної ділянки, грн.; ТК – термін капіталізації. У світовій практиці

використовується декілька методів визначення ринкової вартості землі: ринковий, дохідний і витратний [3].

Відповідно до Методики нормативної грошової оцінки земель населених пунктів, грошова оцінка 1 м^2 визначається за формулою:

$$Ц_н = \frac{В \times Н_п}{Н_к} \times К_{м1} \times К_{м2,} \times К_{м3}, \quad (2)$$

де Цн — грошова оцінка квадратного метра земельної ділянки, грн.; В — витрати на освоєння та облаштування території населеного пункту в розрахунку на 1 м^2, грн., встановлюється у процесі проведення нормативної грошової оцінки території населеного пункту й щорічно індексується згідно чинного законодавства; Нп — норма прибутку, встановлюється щорічно на основі усереднених даних для різних галузей промисловості; Нк — норма капіталізації, встановлюється щорічно на основі усереднених даних для різних видів економічної діяльності; Км1 — регіональний коефіцієнт, який характеризує залежність рентного доходу від чисельності населення населеного пункту, його географічного положення, адміністративного статусу та господарських функцій; входження до приміської зони великих міст; наявності статусу курорту; входження до зон радіаційного забруднення внаслідок Чорнобильської катастрофи; Км2 — зональний коефіцієнт, який характеризує залежність рентного доходу від ступеня містобудівної цінності території міста (економіко-планувальної зони); Км3 — локальний коефіцієнт, який характеризує залежність рентного доходу від локальних особливостей земельної ділянки [1].

Жодним з нормативних документів не встановлена методика розрахунку та актуалізації регіонального, зонального та локального коефіцієнтів місця розташування земельної ділянки, відсутні також чіткі критерії визначення середньої (базової) вартості для населених пунктів різної чисельності населення. Таким чином, існуюча методика розрахунку нормативної вартості земельної ділянки потребує суттєвого удосконалення.

Нормативна грошова оцінка ріллі по Житомирській області з розрахунку на 1 га станом на 01 січня 2019 становить 21411 грн, (визначена наказом Міністерства аграрної політики та продовольства України від 18.12.2018 № 605) або 2,14 грн/м^2. Для земельних ділянок населених пунктів вартісна грошова оцінка буде значно вище, враховуючи місцерозташування та рівень попиту [2].

Відповідно до Довідника показників нормативної грошової оцінки земель населених пунктів вартість 1 м^2 землі в м. Житомир на 01.01.2019 року дорівнює 249,8 грн., м. Овруч – 73,38 грн / м^2, м. Коростень – 177,25 грн/ м^2, м. Новоград-Волинський – 102,09 грн/м^2, м. Бердичів – 85,32 грн./м^2 і т.д.

Таким чином, можна визначити діапазон можливих розмірів орендної плати земельних ділянок в межах певних населених пунктів: для м. Житомир від 7,5 грн/м^2 до 30 грн/м^2; м. Овруч – від 2,2 грн/м^2 до 8,8 грн/м^2; м. Коростень – від 5,3 грн/м^2 до 21,3 грн/м^2.

Таким чином, при наявності власної земельної ділянки у працівника за умови існування потреби підприємства у додаткових площах, враховуючи діапазон величини можливої орендної плати за 1 м^2 землі та її площу формується доход працівника від здавання власної земельної ділянки в оренду підприємству.

Список літератури:

1. Методичні основи грошової оцінки земель в Україні: Наукове видання / Дехтяренко Ю.Ф., Лихогруд М.Г., Манцевич Ю.М., Палеха Ю.М. — К.: ПРОФІ, 2006. — 624 с

2. Офіційний сайт Головного управління держгеокадастру у Житомирській області: http://zhytomyrska.land.gov.ua/groshova-ocinka/

3. Топіха І. Н. Щодо визначення ринкових розмірів орендної плати за землю / І. Н. Топіха, О. А. Мамалюк // Економічні науки : наук. пр. / КАТУ. - Сімферополь, 2009. ¬- Вип. 120. - С. 18-23.

УДК 330.341.1:339.17

Бойко І.М., аспірант
Одеський національний політехнічний університет

ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ

У сучасному економічному просторі глобалізованої системи господарства серед потоку постійних змін для отримання високої конкурентоспроможності зростає роль активізації інноваційної діяльності підприємств, яка обумовлена збільшенням та поширенням якісно нових потреб споживачів. Як наслідок, конкурентні переваги підприємства визначаються його здатністю орієнтуватися на клієнта, відповідати тим запитам, які визначає споживач, адже саме він є джерелом реальних доходів. Тому перед підприємствами постає ключове завдання – задовольняти ціннісні очікування споживачів, забезпечуючи при цьому зручність, безперебійне багатоканальне просування товарів та послуг, прозорість, доступність, що потребує значної кількості ресурсів.

Недостатня розробленість теоретичних і методичних аспектів

удосконалення бізнес-моделі підприємств з урахуванням інноваційного фактору розвитку, а також особлива значимість вирішення практичних завдань їх вибору та реалізації підприємствами обумовили вибір теми дослідження.

Поняття «бізнес-модель» є відносно новим , а тому досі не існує його єдиного економічного трактування. Тому передусім звернемось до семантики складових цього нового економічного терміну:

• бізнес - це будь-яка господарська діяльність, що спрямована на отримання прибутку;

• модель - образ, аналог (уявний або умовний: зображення, опис, схема, креслення, графік, план, карта тощо) певного об'єкта, процесу або явища («оригіналу» цієї моделі), що є спрощеним відображенням реальності. Отже, синтез цих двох понять дозволяє дати таке найпростіше трактування бізнес-моделі — це схема функціонування бізнесу певної компанії [1].

Бізнес-модель належить до порівняно нових концепцій підприємництва й стратегічного управління. Інтерес до бізнес-моделі у наукових і дослідницьких колах, що виник у середині 1990-х років,пов'язують, передусім, з теорією реінжинірингу М. Хаммера і Дж. Чампі, які першими виклали принципи й основні особливості проведення реінжинірингу бізнес-процесів [2].

Під бізнес-моделлю інноваційної підприємницької структури слід розуміти метод виявлення і задоволення вимог споживачів за рахунок впровадження на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг, що є реалізацією об'єкта права інтелектуальної власності. При формуванні даної бізнес-моделі є важливим залучення персоналу, як носія інтелектуального капіталу, що допомагає створювати нові ефективні бізнес-ідеї. Велику роль також відіграє збір та аналіз даних про поведінку споживачів. (рис. 1) [3].

Тому бізнес-модель дозволяє отримати відповідь на питання: що і як необхідно робити, щоб досягти бажаного результату. Ключовими елементами бізнес-моделі будь-якого підприємства, що визначають її зміст, є:

- цінність для зовнішніх клієнтів, яку пропонує підприємство на основі своїх продуктів і послуг;
- система створення цієї цінності, що включає постачальників і цільових клієнтів, а також ланцюжки створення цінності;
- активи, які підприємство використовує для створення цінності;
- фінансова модель підприємства, що визначає як структуру її витрат, так і способи отримання прибутку.

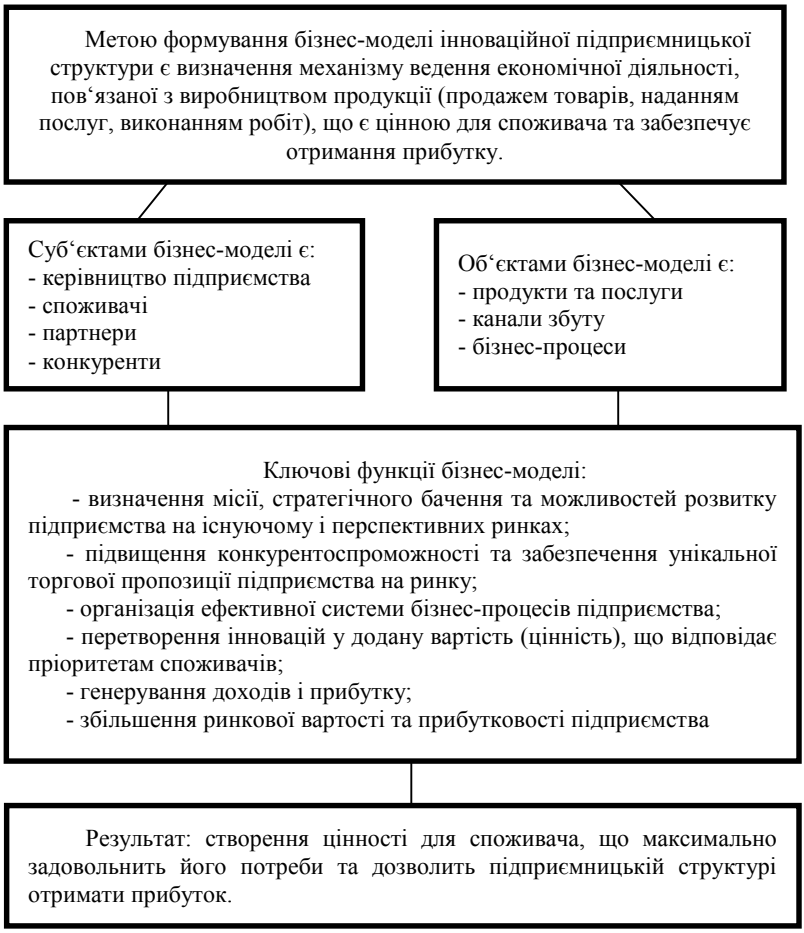


Рис 1. Концептуальні основи формування бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємств [3].

Бізнес-модель передбачає проектування інфраструктури, необхідної для просування продукту або послуги на ринок так, щоб це було просто і зручно для покупця, і водночас забезпечувало прибуток для фірми. Важливо правильно побудувати цю інфраструктуру, яка може бути не лише в межах даного підприємства, а й включати співробітництво з іншими фірмами, які тим чи іншим способом доповнюють ланцюжок

створення цінності. Для успіху бізнес-моделі важливо чітко виділити цільових споживачів, для яких важлива саме така цінність товару, яку пропонує підприємство, і технологію роботи з ними, яка охоплює канали постачання товару і управління відносинами із покупцями. Від того, наскільки правильно буде побудовано технологію роботи із споживачами, залежатиме їх лояльність до підприємства та розширення їх кола. Принципи, покладені в основу побудови бізнес-моделі, мають забезпечувати отримання надприбутку на цільових ринках. Лише тоді можна вважати бізнес-модель успішною. Тому важливо сформувати ефективну технологію управління фінансами - починаючи від обґрунтування структури витрат, які буде нести фірма, працюючи за обраною бізнес-моделлю, і до виявлення усіх джерел доходів (у вигляді грошових потоків), які будуть формувати загальні доходи.

В умовах глобальної кризи, багато бізнес-моделей втратили свою ефективність і конкурентоспроможність. Українські підприємства, які використовували дані бізнес-моделі, розоряються, зазнають збитків, йдуть з ринку. І навпаки, ряд бізнес-моделей, які не актуальні в докризовий період, виявилися високоефективними в умовах кризи і забезпечили компаніям, які їх застосовують, нові можливості для зростання і розвитку бізнесу. Подальше застосування неефективних бізнес-моделей і неповороткість при визначенні нових бізнес-моделей, повільність при переході до них можуть привести багато підприємств до суттєвих фінансових втрат і втрати можливості залишитися в бізнесі в принципі. Криза – це шанс для багатьох компаній значно посилити свої позиції на ринку, використовуючи недоступні раніше стратегічні можливості.

Тому посилення нестабільності й мінливості економічного середовища істотно зростає значимість інноваційних бізнес-моделей як одного з найбільш потужних механізмів конкурентної боротьби великих корпорацій. За таких умов перемогти в глобальній конкуренції можуть тільки корпорації, які взяли на озброєння стратегію бізнес-інновацій та освоїли практику відновлення бізнес-моделей з урахуванням динамічно мінливих ринкових потреб і технологій, що швидко розвиваються.

Список літератури:

1. Швиданенко Г. О. Формування бізнес-моделі підприємства [Електронний ресурс] : навч. посіб. / Г. О. Швиданенко, Н. В. Ревуцька ; М-во освіти і науки України, ДВНЗ «Київ. нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана».

2. Хаммер М., Чампи Д. Реинжиниринг корпораций: манифест

революции в бизнесе. СПб., 2011. 288 с.

3. Сагайдак М. Механізм формування ефективної бізнес-моделі інноваційної підприємницької структури / Михайло Сагайдак, Тамара Зимовець // Інноваційне підприємництво: стан та перспективи розвитку [Електронний ресурс] http://ir.kneu.edu.ua/bitstream/2010/25356/1/S_10.pdf

УДК 338.65

Бойко О. В., магістрант, гр. ПВМ-3, ФБСО
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОБГРУНТУВАННЯ РЕЗЕРВІВ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЕКОНОМІЧНОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВА

Невід'ємною складовою безпечного та беззбиткового функціонування кожного підприємства є аналіз його потенційних небезпек (загроз, ризиків, яким піддається підприємство) та максимально можлива їх ліквідація. Ризик підприємство розглядає не як абстрактне поняття, яке може, або не може статись, а як передумову прояву загрози. Тому їм і приділяється значна увага.

Підприємство не являється якоюсь відокремленою ланкою, а є частиною ринкових відносин з усіма можливими загрозами і небезпеками з боку як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Тому важливе місце в забезпеченні нормального функціонування підприємства є захист від негативних наслідків цієї взаємодії. Таким чином, безпека підприємства займає важливе місце у життєдіяльності підприємства.

Сильні та слабкі сторони підприємства так само, як загрози та можливості в зовнішньому середовищі, визначають умови успішного функціонування підприємства, тому важливим етапом забезпечення економічної безпеки підприємства є проведення SWOT-аналізу.

У табл. 1 наведено результати SWOT-аналізу, проведено для ТОВ «Войярг».

Отже, проведений SWOT-аналіз свідчить про те, що підприємство має більше переваг та сильних сторін, аніж недоліків, тому ТОВ «Войярг» має конкурентні переваги у порівнянні з іншими компаніями.

Використовуючи програмно-цільовий метод оцінювання економічної безпеки підприємства ТОВ «Войярг» нами було виділено наступні загрози безпеці підприємства:

- незначні: зниження купівельної спроможності споживача, можливість настання стадії насичення ринку, недобросовісна конкуренція;

- помірні: поява нових конкурентів, зростання закупівельних цін;

- значні: географічне обмеження присутності на ринку, високі ставки оподаткування.

Отже, з метою підвищення ефективності управління економічною безпекою підприємства та мінімізації ризиків на підприємстві повинна впроваджуватися дієва система управління ризиками та економічною безпекою.

Таблиця 1

SWOT-аналіз ТОВ «Войярг»

СИЛЬНІ СТОРОНИ	СЛАБКІ СТОРОНИ
- використання фінансових важелів для збільшення прибутку - наявність нерухомості - сильний менеджмент - мережеві поставки - інноваційна культура - порівняно нижчий рівень ризику діяльності - цінові переваги послуг - використання новітніх технологій - брендове ім'я	- відсутність окремої технології і патентів - послуги не просуваються належним чином - високий борговий тягар - слабо розвинений онлайн-ринок - незадовільне обслуговування клієнтів
МОЖЛИВОСТІ	ЗАГРОЗИ
- фрагментовані ринки забезпечують багато можливостей для розширення та збільшення частки ринку - використання он-лайн ринку дозволить розширити свій бізнес при відносно невеликих затратах - інновації можуть допомогти виготовити унікальні продукти та послуги, що відповідають потребам клієнта - нові ринки дозволяють розширити свій бізнес і диверсифікувати портфель продуктів і послуг і збільшення продаж	- негативні тенденції в економіці можуть пошкодити бізнесу шляхом зменшення кількості потенційних клієнтів - нестабільність національної валюти - сильна конкуренція на ринку - зміни смаків споживачів - існування товарів-замінників - зміни в законодавстві

Процес управління ризиками повинен починається з розуміння стратегічних цілей компанії.

Процес управління ризиками повинен передбачати наступні чотири окремі етапи ризику, що називаються циклом управління ризиками:

1. Ідентифікація;

2. Аналіз/оцінка;

3. Зниження/реагування;

4. Моніторинг.

Всі ці етапи необхідні для ефективного управління ризиками. Це безперервне вдосконалення, яке може бути описано, як цикл «Плануй - Роби - Перевіряй - Коригуй».

«Планування» відноситься до ідентифікації потенційних ризиків та можливостей і їх оцінки.

«Роби» або «Виконуй» відноситься до визначення і виконання дій, спрямованих на зменшення негативних наслідків.

Моніторинг підпадає під категорію «Перевіряй» в той час як коригувальні дії, що вживаються після перевірки результатів, є «коригуванням».

Як видно, управління ризиками - це «нескінченний» процес. Стратегії, люди, заводи і процеси змінюються, тому ризики повинні постійно ідентифікуватися, оцінюватися, знижуватися і контролюватися для створення оптимальних позитивних результатів.

Однією з ключових стратегій зменшення ризику на підприємстві повинна бути ефективна система «Управління у надзвичайних ситуаціях та планування безперервності бізнесу». Це постійний процес запобігання, зменшення, готовності, реагування та відновлення після інциденту, який загрожує життю, власності, роботі або навколишньому середовищу. Ефективне планування «Управління у надзвичайних ситуаціях та планування безперервності бізнесу» дає змогу скоординованими діями відреагувати та швидко впоратися з кризою, що дозволяє зменшити потенційні втрати підприємства.

HIRA, ARM і ERM - це скорочення, які використовуються в управлінні ризиками на підприємстві. HIRA (ідентифікація небезпек і оцінка ризиків, яка використовується на рівні цеху для ідентифікації небезпек), ARM (управління ризиками основних фондів) і ERM (управління ризиками підприємства, яке займається всіма ризиками цілої організації) мають одну мету: «Ефективно ідентифікувати і управляти існуючими чи потенційними майбутніми подіями, які створюють невизначеність».

Управління ризиками підприємства (ERM) включає в себе методи і процеси, які дозволяють захистити підприємство і створити цінність для зацікавлених сторін, включаючи власників, співробітників, клієнтів, регулюючих органів і суспільства в цілому. До ризиків, якими займатися ERM на підприємстві відносять:

1. Фінансовий ризик: ліквідності, кредитний, ринковий.

2. Діловий ризик: стратегічний, неефективного управління.

3. Експлуатаційний ризик: операційний, юридичний.

4. Ризик несприятливих подій: політичний, зовнішній.

Наприклад, до завдань ERM відносять захист комерційної таємниці та конфіденційність інформації, комп'ютерна безпека, внутрішня безпека, технічна безпека, безпека зв'язку.

Результати його впровадження мають бути наступні:

– створена сучасна корпоративна мережа, що відповідає всім вимогам сучасності;

– забезпечена уніфікація і централізація мережевої та обчислювальної інфраструктури підприємства;

– забезпечені високі керованість, відмово стійкість і захищеність мережевої та обчислювальної інфраструктури;

– створена ефективна IT-інфраструктура для впровадження сучасної системи управління ресурсами підприємства на базі програмних рішень.

Отже, своєчасне виявлення істотних ризиків для підприємства допомагає знизити схильність до можливих ризиків, оптимізувати використання та розподіл ресурсів, забезпечити захист інтересів власників, працівників, споживачів, постачальників, всіх зацікавлених сторін.

На даний час стратегічні ризики підприємства пов'язані з подорожчанням собівартості послуг та нестабільністю світових цін будівельні матеріали, зростанням цін на сировину та енергоносії. Для зниження таких ризиків ТОВ «Войярг» реалізовує низку програм по зниженню собівартості, розвиває нові ринки збуту та ефективні взаємовідносини з клієнтами в прагненні бути постачальником першого вибору.

УДК 338.45:658.29

Боровська А.О., студентка гр. ПВ-3к, ФБСО
Науковий керівник: Бірюченко С.Ю., ст. викладач
кафедри менеджменту і підприємництва
Державного університету «Житомирська політехніка»

ВИРОБНИЧИЙ ПОТЕНЦІАЛ: ПОНЯТТЯ, СКЛАД, СТРУКТУРА ТА ОЦІНКА ДЛЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Прибутковість підприємств – основа ефективності економіки держави в цілому. Ринкова економіка вимагає гнучкості функціонування промислових підприємств, оперативного корегування

характеру і напрямів процесів організації виробництва. На жаль, для нинішніх окремих виробничих підприємств характерні нездатність реально оцінити виробничий потенціал, неповне використання наявних ресурсів, новітніх технології та сучасних методів управління виробництвом. Тому не знижується актуальність пошуку і впровадження нових підходів стосовно формування й використання виробничого потенціалу, більш глибокого дослідження методів його оцінювання, розвитку системи оцінювання.

У загальній постановці елементами виробничого потенціалу підприємства можна вважати всі ресурси, які пов'язані з функціонуванням і розвитком підприємства. Вибір найбільш важливих із величезної їх кількості числа є дуже складною проблемою, про що свідчить безліч трактувань складу виробничого потенціалу.

Головною задачею виробничого потенціалу для кожного підприємства є створення продукції при мінімальних ресурсних затратах, а для цього на підприємстві постійно повинен відбуватись пошук нових резервів щодо оновлення виробничого потенціалу і пристосування його до умов невизначеності. Існує багато різноманітних видів резервів покращення ефективності використання виробничого потенціалу підприємства, а отже, багато напрямків їх реалізації [5].

Що стосується виробничого потенціалу промислових підприємств, то до його складу доцільно включати матеріально-сировинні ресурси, які беруть безпосередню участь у процесах виготовлення продукції і науково-технічні ресурси. Чим потужніше база (матеріально-технічна) науково-технічного прогресу, тим ширше горизонти впровадження його досягнень, більше можливостей для вдосконалення і збільшення розмірів елементів виробничого потенціалу промислового підприємства [2].

Практичне значення визначення величини виробничого потенціалу пов’язано з такими аспектами:

- виміром сукупної вартості чинників виробництва і визначенні на цій основі вартості підприємства або його окремих об’єктів;

- точнішим і ефективнішим визначенням можливостей виробництва з випуску продукції в процесі розробки планів підприємства;

- уточненням механізму загальної оцінки ефективності діяльності підприємства

При формуванні та нарощуванні виробничого потенціалу промислового підприємства необхідно дотримуватися певних ***принципів***, основними з яких є [3]:

1) цілісність – всі складові елементи потенціалу слугують для досягнення однієї загальної мети, тобто виробництву матеріальних благ

та послуг відповідно до потреб споживачів; поєднання економічних інтересів розвитку виробництва з регіональними та загальнодержавними; задоволення потреб споживачів у високоякісних продукції, роботі, послузі;

2) охорона довкілля – процес формування та нарощення виробничого потенціалу на підприємстві повинен забезпечити рівновагу всіх компонентів природи при задоволенні потреб споживачів і нанесенні найменшої шкоди навколишньому середовищу;

3) системність – проявляється в тому, що виробничий потенціал повинен бути системою, яка пов'язує в єдине ціле цілі, ресурси і процеси, що проходять на даному підприємстві.

Для успішного розвитку підприємства в умовах ринкової економіки виникає потреба у зваженій методиці оцінки результатів господарської діяльності в порівнянні з потенційними можливостями його виробничих потужностей та ринку у цілому. Виходячи з цього, актуальним є питання вибору методу оцінки виробничого потенціалу підприємства, що дозволяє провести оцінку потенційних можливостей виробництва сільськогосподарської продукції на основі виявлення резервів росту виробничого потенціалу і забезпечення ефективності діяльності.

Основні методи розрахунку виробничого потенціалу підприємства та їх характеристика [4]:

1. Еквівалентний метод - оцінка виробничого потенціалу здійснюється за величиною будь-якого з його елементів, в який за допомогою спеціальних коефіцієнтів переводяться інші його елементи. Він ґрунтується на взаємозамінності елементів.

Цей метод дозволяє виразити величину виробничого потенціалу у вигляді величини одного з його елементів, але має наступні недоліки:

- весь виробничий потенціал визначається в одиницях виміру того ресурсу, в який переводяться інші види ресурсів;

- існує певна проблема у достовірності визначення коефіцієнтів заміщення і оцінки складу і якості ресурсів;

- при використанні цього методу такі елементи, як технологія і інформація, або не враховуються взагалі, або враховуються частково.

2. Функціональний метод - передбачає, що величина виробничого потенціалу дорівнює обсягу вироблюваної продукції, а величини окремих його елементів визначаються через питомі ваги продукції, у виробництві якої ці елементи мають вирішальне значення.

Метод є найпростішим, але і найменш точним, оскільки:

- величини окремих елементів виробничого потенціалу можуть упродовж ряду років не змінюватися, а обсяги виробництва у цей період

можуть значно збільшуватися або знижуватися;

- складно виділити частку участі того або іншого елемента у виробництві окремих видів продукції, а, отже, важко достовірно визначити величину кожного з елементів потенціалу;

- метод вступає в протиріччя з визначенням виробничого потенціалу, який характеризується не обсягом вироблюваної продукції, а сукупністю виробничих ресурсів.

3. Кореляційний метод - передбачає використання різних кореляційно-регресійних моделей при визначенні величини виробничого потенціалу.

Метод в цілому може використовуватися для визначення потенціалу національної економіки і її галузей по виробництву певних видів продукції. Але його використання на рівні підприємств ускладнено тим, що він не враховує особливості діяльності підприємств різних галузей.

4. Вартісний метод - передбачає визначення вартості кожного з елементів потенціалу, а потім і загальної вартості виробничого потенціалу як суми вартостей основних виробничих фондів, персоналу (кадрів), технології та інформації. Використовується:

- для визначення загальної вартості виробничих ресурсів, які має в розпорядженні підприємство;

- для оцінки загальної ефективності використання виробничих ресурсів підприємства;

- для узагальнюючої оцінки ефективності діяльності підприємства в цілому;

- для визначення вартості підприємства і вирішення питань про необхідність продажу його об'єктів або додаткової емісії цінних паперів.

5. Комбінований метод - Передбачає поєднання різних методів при визначенні величини виробничого потенціалу.

Одним з найважливіших напрямів пошуку резервів є підвищення коефіцієнту змінності роботи обладнання. Він важливий для підприємства тому, що нормативні значення цього показника не завжди відповідають існуючому рівню розвитку підприємства. Саме тому, ці нормативи варто переглядати для певної галузі. Також його варто розглядати в сукупності з вартістю обладнання та обслуговування, адже між ними існує прямопропорційна залежність. Оцінюючи значення показника варто звернути також увагу на коефіцієнт завантаження. В сукупності ці показники дають змогу оцінити та виявити резерви за інтегральним коефіцієнтом завантаження обладнання. Проте, без розробки нормативних значень для конкретного підприємства описані показники не дадуть виявити вплив на підвищення ефективності

використання виробничого потенціалу.

Отже, виробничий потенціал є однією з основних складових загального потенціалу виробничого підприємства. Він являється однією з базових ланок економіки та допомагає забезпечити стабільність розвитку підприємства, його конкурентоспроможність. Сутність визначення "виробничий потенціал" полягає у сукупності виробничих ресурсів, що являють собою систему та перебувають у взаємодії та взаємозв'язку. Необхідно весь час здійснювати аналіз ефективності використання виробничого потенціалу, враховуючи особливості продукції, що виробляється та структури господарюючого суб'єкта.

Список літератури:

1. Герасимчук З. В. Виробничий потенціал регіону: методика оцінки та механізми його нарощення : монографія [Текст] / З. В. Герасимчук, Л. Л. Ковальська. – Луцьк : ЛДТУ, 2008. – 242 с.

2. Іщук С. Концептуальні засади формування та розвитку виробничого потенціалу промислових підприємств [Текст] / С. Іщук // Регіональна економіка. – 2005. – № 2. – С. 48–56.

3. Федонін О. С. Потенціал підприємства: формування та оцінка : навч. посібн. [Текст] / О. С. Федонін, І. М. Рєпіна, О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2008. – 316 с.

4. Толпежников, Р. А. Генезис понятия «потенциал предприятия» и определение его сущности / Р. А. Толпежников // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності : збірник наукових праць у 3-х томах, т. 3. – Маріуполь, 2011. – С. 125-130

5. Бова Т. В. Оцінка ефективності використання виробничого потенціалу сучасних промислових підприємств [Електронний ресурс] / Т. В. Бова. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Ekpr/2008_ 12/2/bova.pdf

УДК 336 : 656

Виговська О.А., аспірант
Державний університет «Житомирська політехніка»

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРАНСПОРТНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Рух України на шляху до євроінтеграції в період соціально-економічного зростання вимагає від кожної галузі країни радикальних змін. В першу чергу це стосується державотворчих галузей, якою є

провідна галузь економіки країни – транспортна.

Сучасний кризовий стан транспортної галузі України гальмує європейську інтеграцію інфраструктури в цілому та потребує розробки нових підходів до фінансового забезпечення суб'єктів господарювання транспортної галузі.

Співпраця України та Європейського Союзу потребує суттєвих змін у діяльності підприємств транспортної галузі, що потребує залучення значних обсягів фінансових ресурсів.

Стратегічні цілі транспортної галузі України формуються на основі нормативно-правової бази, що є основою для середньострокової перспективи розвитку національної транспортної системи, а саме: Транспортної стратегії України до 2030 року, Стратегії розвитку залізничного транспорту на період до 2020 р., Державної цільової економічної програми розвитку автомобільних доріг загального користування державного значення на 2018 – 2022 рр., Морської доктрини на період до 2035 р., Концепції Державної цільової програми розвитку аеропортів на період до 2020 р., Стратегії розвитку морських портів на період до 2038 р. та інших чинних нормативно-правових актів.

Транспортна інфраструктура активно впливає на розвиток національних економік, сприяючи їх швидкій інтеграції у регіональні союзи та світове господарство. Використання об'єктів транспортної інфраструктури активізує розширення міжнародних економічних відносин, прискорює глобалізаційні тенденції розвитку сучасної цивілізації.

У галузевій структурі економіки транспортну галузь слід розглядати за вагомістю сфери у показниках валової доданої вартості. Валова додана вартість суб'єкту господарювання – основний показник діяльності підприємства з точки зору його капіталізації і ефективності.

Аналіз структури валової доданої вартості за видами економічної діяльності у період з 2010 по 2018 р. відображає перевагу оптової та роздрібної торгівлі, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів над іншими видами економічної діяльності. Згідно статистичних даних транспортна галузь займає невелику частку у структурі валової доданої вартості України, але цей показник досяг найменшого значення в 2014 році і становив 7,3 %, а найбільший показник валової доданої вартості досяг своєї відмітки у 2011 році – 9,2 %. Це свідчить про необхідність запровадження заходів щодо реформування системи державного та регіонального управління, впровадження нових технологій, пошуку шляхів залучення інвестицій у розвиток цього важливого сектора економіки.

Транспортна галузь України характеризується спадом обсягів

перевезення пасажирів, критичним рівнем фінансового забезпечення та встановлення тарифів на послуги з перевезення, високим ступенем фізичного і морального зносу основних фондів. Знос основних засобів транспортної галузі Україні досяг критичних показників у період з 2010 р. по 2013 р. і становив 96,7 %. З 2014 року відсоток ступеню зносу основних засобів зменшився, але відмітка 47,6 % у 2017 році – це сигнал для державних та регіональних органів управління транспортної галузі щодо термінового оновлення рухомого складу для гарантії безпеки перевезення пасажирів на громадському транспорті.

Отже, зношеність основних засобів транспортної галузі впливає на конкурентоспроможність, сповільнення економічних і соціальних показників розвитку України, рівень технологічних ризиків і навантаження на екологічний стан навколишнього середовища.

Важливу роль у забезпеченні фінансово-економічної стабільності транспортної галузі відіграють внутрішні джерела фінансового забезпечення суб'єктів господарювання. Головними джерелами сталого розвитку підприємств транспортної галузі є чистий прибуток, доходи майбутніх періодів, чистий дохід від реалізації продукції та власний капітал.

Сучасний стан транспортної галузі України та фінансове забезпечення міського громадського транспорту зобов'язує здійснювати заходи щодо залучення іноземних інвестицій на розвиток галузі. Адже кроки з оновлення рухомого складу громадського транспорту, будівництво нових та реконструкція старих трамвайних і тролейбусних ліній майже не здійснювалась. Така ситуація зумовлена недостатнім фінансовим забезпеченням галузі як з боку державного рівня, так і з боку місцевих бюджетів. Негативну роль в акумулюванні коштів на забезпечення основних фондів галузі відіграє пільгова категорія населення, проїзд яких не компенсується (або компенсується частково) з державного бюджету України.

Міжнародна підтримка у вигляді зовнішніх інвестицій є невід'ємним показником сталого розвитку транспортної галузі України та успішним кроком до євроінтеграції країни в цілому. Зокрема, у 2016 році між Європейським інвестиційним банком та Міністерством інфраструктури України було підписано угоду в рамках проекту «Міський громадський транспорт в Україні». Термін реалізації проекту 22 роки з пільговим кредитуванням на 5 років.

Посилення співпраці між державою та приватним сектором, органів державної влади та місцевого самоврядування, запровадження децентралізації шляхом скоординованих ініціатив державної політики забезпечує сталий розвиток транспортної галузі України і створення

вільного та конкурентного ринку транспортних послуг.

Транспортна галузь України перебуває у складному становищі та потребує радикальних змін і фінансових інвестицій для позитивних зрушень. Одним із головних джерел фінансового забезпечення у провідних країнах світу з розвиненою транспортною інфраструктурою є лізинг. Він підвищує рівень конкурентоспроможності суб'єкту господарювання транспортної галузі та виводить його на якісно новий рівень на ринку.

Лізингову діяльність варто розглядати з двох точок зору. По-перше, як матеріально-технічне постачання до забезпечення підприємств і організацій матеріально-технічними ресурсами тривалого користування. По-друге, як інвестиційну діяльність лізингових компаній або банків.

В Україні якість громадського транспорту досить низька, що потребує здійснення заходів щодо його оновлення. Одноразові витрати є надмірними для місцевих та регіональних бюджетів. Грошові надходження від оплати проїзду у громадському транспорті можуть забезпечити здійснення лізингових платежів та зменшити навантаження на витрати з державного чи місцевого бюджетів.

З макроекономічної точки зору лізинг – фінансовий інструмент, який стимулює фінансове забезпечення реновації застарілого рухомого складу та оновлення інфраструктури в цілому. В умовах кризового стану транспортній галузі необхідна суттєва державна підтримка шляхом створення умов для здешевлення кредитних ресурсів, організація заходів з державно-приватного партнерства та мікрокредитування.

Низький рівень конкурентного середовища серед різних видів транспорту, застарілі механізми ведення бізнесу суб'єктами господарювання, дефіцит бюджетних коштів на розвиток галузі, надання пріоритетності власним проблемам суб'єктами транспортної галузі перед державними проблемами зумовлюють необхідність у пошуках можливостей до збільшення внутрішніх джерел фінансового забезпечення шляхом удосконалення підходів щодо співпраці з суб'єктами господарювання інших видів економічної діяльності, а також взаємодії з приватними підприємцями, які зацікавлені в якісних змінах при наданні транспортних послуг.

Важливими є невирішені питання розвитку державно-приватного партнерства, залучення іноземних інвестицій та впровадження новітніх технічних інновацій. Проведення подальших досліджень особливостей фінансового забезпечення транспортної галузі України є важливим для досягнення позитивної динаміки економічного розвитку країни в

цілому.

На сучасному етапі пріоритетними джерелами фінансового забезпечення транспортної галузі є міжнародна підтримка та державно-приватне партнерство. Міжнародні інвестиції дозволяють реалізовувати проекти під державні гарантії та впроваджувати зміни в транспортній галузі вже зараз. Не менш важливим стратегічним напрямком є впровадження державно-приватного партнерства в системі «держава – регіональна влада – суб'єкт господарювання», що визначено на державному рівню у Транспортній стратегії України до 2030 року.

Література

1. Рибчук А. В. Наднаціональна виробнича інфраструктура в умовах нестабільності глобального розвитку (тенденції, проблеми, перспективи): Монографія. Дрогобич: 2015. 364 с.

2. Пащенко Ю.Є. Державно-приватне партнерство у розвитку транспортної інфраструктури / Пащенко Ю.Є. / Молодий вчений. 2015. С. 54-56.

3. Про транспорт: Закон України № 232/94-ВР від 10.11.1994 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/232/94-%D0%B2%D1%80

4. Про схвалення Національної транспортної стратегії України на період до 2030 року [Електронний ресурс]: розпорядження Кабінету Міністрів України від 30 травня 2018 року № 430-р. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/430-2018-%D1%80

5. Про ратифікацію Фінансової угоди (Проект «Міський громадський транспорт України») між Україною та Європейським інвестиційним банком. роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2009-19

УДК 005.332.4

Гладищук Я. А., студентка, гр. ЕП-45, ФБСО
Науковий керівник: Орлова К. Є., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ФОРМУВАННЯ ІМІДЖУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ФАКТОР ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЙОГО КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

У сучасному бізнес-середовищі все більшої ролі набуває імідж підприємства. Формування громадської думки щодо окремого суб'єкта господарювання впродовж останніх десятиліть стає одним з важливих

компонентів механізму забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Як часто споживачі обирають відомий бренд товару на противагу його дешевого аналогу, менш знайомого суспільству? Вдало сформований імідж забезпечує не лише поточний прибуток і місце у конкурентній боротьбі, він працює у перспективі на десятки років вперед.

Конкурентоспроможність підприємства – комплексна характеристика стану підприємства, яка поєднує у собі сукупність інтегральних показників і порівняння результатів діяльності підприємства з підприємствами-аналогами, конкуруючими суб'єктами господарювання, а також тими, що випускають товари-замінники [3]. Дана порівняльна характеристика дає змогу оцінити ступінь переваг і слабких сторін підприємства, визначає його успіх або невдачу на ринку, відкриває перспективи подальшого розвитку і дозволяє визначити заходи щодо підвищення статусу підприємства серед інших за сучасних ринкових умов.

Отже, як імідж підприємства впливає на його успіх? Для забезпечення відповіді на дане питання, по-перше, доцільно навести визначення даного поняття, дослідити його видові прояви та засоби формування. Поглиблення у саму суть формування іміджу як процесу забезпечення конкурентоспроможності підприємства дозволить якісно оцінити міру його важливості.

Імідж підприємства (від англ. image – образ, картинка) – це сформоване представлення цільовій аудиторії інформації про діяльність підприємства та його успіх і досягнення, що впливає на взаємовідносини відповідного підприємства з фактичними і потенційними клієнтами (покупцями та споживачами), конкуруючими з ним суб'єктами господарювання, партнерами зовнішнього та внутрішнього ринку тощо [4]. Окрім цього, це «обличчя» підприємства, формування якого має значний вплив на його конкурентоспроможність, фінансові результати, прибутковість, перспективи розвитку та можливість або неможливість виходу на нові ринки збуту (в т.ч. і зовнішні).

Формування іміджу включає в себе багато аспектів, які розглядаються з урахуванням основних принципів маркетингу. Це робиться з метою просування підприємства не лише з точки зору відомості і обізнаності в ньому суспільства, але також спрямовує маркетингову політику в сторону забезпечення його привабливості для цільової аудиторії. Імідж є найефективнішою формою подання повідомлення, здатною створити у цільової аудиторії саме таке сприйняття, яке необхідне для досягнення конкретних цілей.

Позитивний імідж в умовах сучасного бізнес-середовища досить часто стає вирішальним фактором у забезпеченні ефективної діяльності підприємств. Його створення потребує плідної роботи одразу з кількох можливих сторін просування бренду. Одним з найбільш вдалих способів впливу на цільову аудиторію є візуальне або вербальне подання інформації.

Як часто яскрава і вдала рекламна кампанія передувала успішному зльоту і надприбуткам? Достатньо часто, щоб це стало загальновідомою практикою. Водночас, гарантій того, що реклама не буде невдалою і не зіпсує усі напрацювання підприємства, немає. Тому варто раціонально підходити до створення іміджу та проведення рекламної кампанії.

Як правило, виокремлюють кілька видів іміджу: дзеркальний, цільовий (або бажаний), демонстрований і поточний імідж певного об'єкта. Розрізняють також одиничний і множинний імідж. Якщо дзеркальний імідж спрямований на відображення себе самого, то цільовий імідж спрямований на подання ідеальної картинки, бажаного образу суб'єкта господарювання.

Поточний імідж пов'язаний з образом об'єкта, який сформувався у свідомості громадськості і є підтипом демонстративного іміджу, спрямованого на створення і презентацію образів, що можна охарактеризувати як такі, що легко розпізнати.

Особливостями поточного іміджу є наступні:

– образ об'єкту може не повністю відображати його реальний стан;

– образ має відображати особливості об'єкту, які дають йому відмінність серед інших;

– образ створюється в сталому вигляді, тобто є основою іміджу об'єкту;

– він активно розширюється за рахунок реципієнтів відповідно до їх власних психологічних особливостей.

Корпоративний (одиничний) імідж підприємства – узагальнений імідж окремого підприємства (не його підрозділів чи досягнень). При цьому множинний імідж – варіація іміджу, коли створюються і розвиваються декілька образів одного об'єкта, формується вже на стадії конструювання і демонстрації. Частіше за все даний імідж спостерігається в результаті жорсткої конкуренції на ринку аналогічної продукції [2].

Формування іміджу – це складний та відповідальний процес, що передбачає вплив значної кількості чинників. Під час розробки іміджу варто врахувати такі чинники як:

– соціологічний (визначення переваг, до яких схильна цільова аудиторія);

– маркетинговий (пошук і оцінка маркетингових відмінностей і особливостей об’єкта);

– ситуаційний (правильне визначення контексту, в якому відбувається подання даного об’єкту);

– комунікативний (вдале забезпечення інформаційного впливу з різних каналів).

Для розробки іміджу використовують такі інструменти, як позиціонування, маніпуляція, міфологізація, емоціоналізація та візуалізація.

Позиціонування – створення такого образу підприємства у ринковому середовищі, який показує його унікальність та важливість для споживача, відрізняється від конкурентів.

Маніпуляція – використовується для прихованого впровадження у підсвідомість людей бажаних асоціацій з тим чи іншим товаром або підприємством в цілому.

Міфологізація – створення історії, в яку підсвідомо бажає вірити цільова аудиторія, при цьому без доведення чи перевірки даної інформації, а з довірою до суспільної думки щодо даного міфу.

Емоціоналізація – інструмент, який допомагає у кращому запам’ятовуванні позиціонованої інформації у зв’язку з її яскравим емоційним забарвленням (наприклад, застосування почуття страху до певного об’єкту або бажання тощо)

Візуалізація – створення візуальних елементів іміджу (товарні знаки, логотипи, кольори, форма упаковки тощо) [1].

Отже, успіх діяльності підприємства залежить не лише від якості продукції або надання послуг, що воно виробляє/надає, але і від якості їх подання та висвітлення в суспільстві. Імідж допомагає створити навколо підприємства вдалий образ, завдяки чому зростає обсяг продажів, з’являються постійні клієнти, підвищується рівень прибутковості не лише у поточному періоді, але і в стратегічному.

Імідж підприємства виступає як один із факторів досягнення стратегічних цілей підприємства, а також є важливим інструментом для забезпечення його конкурентоспроможності як серед підприємств-аналогів, так і в порівнянні із власними результатами минулих звітних періодів.

Список літератури:

1. Гапоненко В. А., Рихлік В. А. Зв’язки з громадськістю: навч. посібник. К.: КНЕУ, 2015. 238 с.

2. Почепцов Г. Г. Имиджелогия. М.: Рефл-бук; К.: Ваклер, 2006. 576 с.

3. Саєнко М. Г. Стратегія підприємства: навч. посіб. Тернопіль:

Економічна думка, 2006. 390 с.
4. Шморгун Л. Г. Менеджмент організацій: навч. посіб. К.: Знання, 2010. 462 с.

УДК 334.025

Жирко Н.С., Зубик Ю.М., курсанти
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

БІЗНЕС - МОДЕЛЮВАННЯ СТАРТАП ПРОЕКТІВ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Бізнес-моделювання стартап проектів є новою для вітчизняної практики формою підприємницької діяльності, яка довела свою перспективність в інших країнах, і набирає дедалі більшої популярності в Україні. Але за даними дослідження, 90% всіх започаткованих стартапів виявляються збитковими та ліквідуються, навіть не досягнувши стадії зростання. Однією з причин такої невтішної статистики є відсутність спеціальних знань у стартаперів щодо форм, методів та інструментарію організації проектів, що призводить до неправильного вибору стратегії їх розвитку [1].

Методичні підходи щодо організації та управління стартапами представлені у працях зарубіжних фахівців: Бланка С., Гильбо К., Купера Б., Маллінса Д., Пателя Н.,Семенчука В., Фелда Б., Харниша В. та інших. Проблематика побудови успішної бізнес-моделі стартап проекту висвітлюється в роботах Крістенсена К., Остервальдера А., Слівотскі А., Чесборо Г., Хемела Г., Швайцера Л. [2-4]. Активізація інтересу до стартапів з боку вітчизняних підприємців обумовлює необхідність узагальнення та адаптації зарубіжних методичних підходів та інструментарію побудови бізнес-моделей.

Формально бізнес-модель є наочною схемою, що відображає ключові компоненти та процеси проекту або підприємства та організовує їх в єдину систему, спрямовану на отримання доходу [2]. До числа компонентів бізнесу, що відображаються в моделі, належать стратегія, економіка, фінанси, операції, бізнес-одиниці, ринкові сегменти, маркетинг тощо. Бізнес-модель призначена для їх цілісного опису та аналізування системи бізнес-процесів, що їх пов’язують.

При розробці структури бізнес – моделі науковці виділяють різноманітні критерії, концепції. На підставі цього, узагальнемо підходи до бізнес-моделювання стартап проектів, представлених в роботах

зарубіжних авторів, для виявлення перспектив їх використання у вітчизняних умовах господарювання.

Д. Дебелак запропонував при розробці структури бізнес-моделі виділяти шість найважливіших критеріїв успіху, розділивши їх за «принципом світлофору» на дві групи. Критерії «зеленого кольору» забезпечують розвиток проекту (заохочення клієнтів, що мають високу цінність, забезпечення високого рівня цінності, продаж продуктів та послуг, що забезпечують прибутковість). Критерії «червоного кольору» виділяються,щоб попередити про можливі проблеми в бізнес-моделі (забезпечення задоволеності клієнтів, закріплення позиції проекту на ринку, можливості фінансування проекту) [5].

Зручний інструмент бізнес-моделювання являє собою так звана «канва» моделі, розроблена О. Остервальдером та І. Пін'є, яка складається з дев'яти структурних блоків, які, на думку авторів, охоплюють повний набір найважливіших елементів бізнес-моделювання.

Наступним цікавим підходом до побудови бізнес-моделей є модель, розроблена М. Джонсоном. Створена ним концепція «захоплення чистого простору» в свою чергу була заснована на моделі проривних інновацій К. Крістенсена. Основними складовими моделі якої є ціннісна пропозиція, формула отримання доходу, ресурси компанії (грошові засоби, матеріальні цінності, технології, люди, канали комунікації, бренди) та ключові процеси (навчання співробітників, розробка, випуск продукту, бюджет, плани, сервіс) [6].

М. Джонсон дещо доопрацював та спростив цю модель і презентував її у вигляді «трикутника захоплення».

Ще одна бізнес-модель була запропонована Г. Хамелом. Її основними структурними елементами виступають: клієнтський інтерфейс, ключова стратегія, стратегічні ресурси, ціннісна мережа [7; 8]. Елементи є поєднаними між собою трьома посередниками (сполучними елементами), а фундаментом бізнес-моделі виступають фактори, які визначають потенціал прибутковості проекту Для того, щоб модель була прибутковою, в межах запропонованої концепції бізнесу доцільно використовувати так звані «акселератори» прибутку, які можна згрупувати в чотири категорії: подальше збільшення віддачі, усунення конкурентів,стратегічна економія, стратегічна гнучкість [8].

Л. Швайцер розширив підходи, розробивши на основі аналізу діяльності сучасних компаній, чотири принципові конфігурації моделей бізнесу: інтегрована модель – проект охоплює весь галузевий ланцюг створення цінності, володіє великим потенціалом генерування доходу і має доступ до всіх важливих активів; модель гравця, що діє на певному

рівні – проект спеціалізується на одній ланці галузевого ланцюга створення цінності, володіє відносно невеликим потенціалом генерування доходу і має доступ до всіх важливих активів через співпрацю з іншими компаніями; модель маркетмейкера – проект формує нову ланку в галузевому ланцюгу створення цінності, володіє відносно невеликим потенціалом генерування доходу і високим рівнем ринкового впливу, формуючи попит; модель диригента – проект спеціалізується на одній або декількох ділянках галузевого ланцюга створення цінності, має високий потенціал генерування доходу і має доступ до всіх важливих активів через співпрацю з іншими компаніями [9] Таким чином, нами узагальнені та систематизовані зарубіжні підходи до побудови бізнес-моделей проектів, що можуть бути використаними у вітчизняній практиці. Але аналіз зарубіжного досвіду, крім позитивних рис моделювання, демонструє також певну «відірваність» деяких моделей від вітчизняних умов господарювання. Тому подальша увага дослідників повинна бути приділеною його адаптації, що наддасть змогу вітчизняним стартаперам підвищити ефективність стратегічного управління проектами та знизити рівень їх ризикованості.

Список літератури:

1. Patel N. 90% Of Startups Fail: Here's What You Need To Know About The 10%. *Forbes: Business and Financial Magazine*. 2015. January, 16th . URL: http://www.forbes.com/sites/neilpatel/2015/01/16/90-ofstartups-will-fail-heres-what-you-need-to-know-about-the-10/#1737bedd55e1.

2. Чеславский О. Основные бизнес-модели монетизации стартапа *NewsOne* URL: newsone.ws/technology/osnovnye-biznes-modeli-monetizatsii-staratapa-08-05-2015.

3. Baden-Fuller Ch. Business Models and Technological. *Long Range Planning.* 2013. Vol. 46. Is. 8. Pp. 419-426.

4. Котельников В. Бизнес модель и ее 1 + 6 компонентов. *Центр предпринимательского творчества и системных инноваций*.URL: http://www.cecsi.ru/coach/business_model.html.

5. Debelak D. Business Models Made Easy.*Entrepreneur Press*. 2006. 240 p.

6. Стартап с нуля: лучшие бизнес-модели *SaaS.ru: все об облачных технологиях.* URL: http://saas.ru/articles/~startap-s-nulia-luchshiiebiznies-modieli~4109.

7. Хэмел Г. Во главе революции. Best Business Books. 2007. 368 с.

8. Бжуска Я. Інноваційні моделі бізнесу. *Вісник національного університету «Львівська політехніка»*. 2008. №628. С. 29-35.

9. Schweizer L. Concept and Evolution of Business Models. *Journal oj General Management.* 2005. Vol. 2. Pp. 37-56.

УДК 339.137

Іванченко В.О., магістрант, гр. ПВМ-3, ФБСО
Науковий керівник: О.Г. Денисюк, к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

АДАПТАЦІЯ ІНТЕГРАЛЬНОГО ПОКАЗНИКА ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ДО СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Однією із найголовніших умов економічного зростання є стабілізація та постійний прогрес виробництва не тільки окремо взятого підприємства, а й у всіх галузях промисловості. Однак, за сучасних умов господарювання важливим є зростання не будь-якого виробництва, а лише конкурентоспроможного. Відтак, зацікавленість підприємств у ефективності та результатах своєї діяльності підсилює значення оцінки їх конкурентоспроможності. Саме вона спонукає вітчизняних товаровиробників до розширення своєї частки на ринку та збільшення обсягів збуту, через механізм модернізації обладнання та технологізації виробничих процесів. За таких умов актуальним є дослідження інтегрального показника оцінки конкурентоспроможності підприємства як складової його розвитку.

Серед зарубіжних і вітчизняних вчених вагомий внесок у дослідження методології оцінювання конкурентоспроможності зробили М. Портер, І. Должанський, О. Драган, Т. Загорна, Н. Тарнавська, І. Ансофф, І. Максимова, Р. Фатхутдінов та ін.

Під конкурентоспроможністю підприємства розуміють суперництво за досягнення найкращих результатів, яке неможливе без нагромадження та використання всіх наявних потенціалів підприємства, а також їх окремих складових: ресурсів, кваліфікації персоналу, технології, що виражаються в таких результуючих показниках, як продуктивність праці, прибутковість та рентабельність господарської діяльності підприємства тощо.

Саме інтегральний показник конкурентоспроможності підприємства визначає міру його привабливості для покупця та, зазвичай, поєднує у собі наступні потенціали та їх результуючі показники (табл.1).

Таблиця 1

Вихідні дані для оцінки інтегрального показника конкурентоспроможності підприємства

Показник	Коефіцієнт чутливості
1. Виробничий потенціал 1.1. Фондовіддача 1.2 Рентабельність основних засобів	0,4
2. Фінансовий потенціал 2.1. Рентабельність власного капіталу 2.2. Коефіцієнт автономії	0,3
3. Маркетинговий потенціал 3.1.Рентабельність реалізації 3.2. Темп росту виручки	0,2
4. Трудовий потенціал 4.1. Рентабельність персоналу 4.2. Продуктивність праці	0,1

Проаналізувавши вищенаведену інформацію можемо побачити, що дана система оцінки конкурентоспроможності охоплює лише незначну частину визначальних показників, які б могли оцінити рівень та стан підприємств-конкурентів. Проблема застосування інтегрального показника конкурентоспроможності обумовлюється тим, що неможливо виділити декілька визначальних показників. Проте, можна виокремити ті показники, які найкраще відображають рівень конкурентоспроможності підприємства та розкривають його діяльність.

Таким чином, ми пропонуємо диференціювати потенціали підприємства та їх результуючі показники, а також оцінити вагомість змінних коефіцієнтів. Потенціал підприємства є відображенням його внутрішнього стану і постає як сукупність запасів, ресурсів та можливостей, які можуть бути використані для досягнення певних цілей підприємства. Відтак, виробничий потенціал залежить від результативності використання основних засобів. Оцінити ефективність виробничої діяльності підприємства можна не лише за допомогою фондовіддачі, а й враховуючи рентабельність товару, що характеризує ступінь прибутковості виробництва. Щодо фінансового потенціалу підприємства, то доцільно враховувати різні результуючі показники, що дозволять якомога ширше оцінити фінансовий стан підприємства: незалежність, платоспроможність та ефективність використання оборотних коштів тощо.

В таблиці 2 наведемо запропоновану нами методику оцінки інтегрального показника конкурентоспроможності підприємств-конкурентів на основі основних результативних показників, які зможуть оптимально оцінити реальний рівень конкуруючих

підприємств в сучасних умовах господарювання.

Таблиця 2

Адаптація інтегрального показника оцінки конкурентоспроможності підприємства до сучасних умов господарювання

Показник	Коефіцієнт чутливості
1. Фінансовий потенціал 1.1. Коефіцієнт загальної ліквідності 1.2. Коефіцієнт загальної платоспроможності 1.3. Коефіцієнт автономії	0,4
2. Маркетинговий потенціал 2.1.Рентабельність реалізації 2.2. Темп росту виручки 2.3. Коефіцієнт ефективності реклами і засобів стимулювання збуту	0,3
3. Виробничий потенціал 3.1. Фондовіддача 3.2. Рентабельність товару 3.3. Рентабельність основних засобів	0,2
4. Трудовий потенціал 4.1. Рентабельність персоналу 4.2. Продуктивність праці 4.3. Коефіцієнт оперативності виконання робіт	0,1

Проаналізувавши інформацію, наведену в таблиці 2 та співставивши її з таблицею 1, можемо побачити, що більшу питому вагу коефіцієнта значимості ми віддали фінансовому потенціалу підприємства, та врахували не тільки оцінку фінансової стійкості, тобто коефіцієнт автономії, але й ліквідність та платоспроможність, які дають певне уявлення про надійність підприємства. Таким чином ми враховуємо відразу декілька аспектів фінансового стану, що дасть змогу побачити наскільки ефективно використовує те чи інше підприємство свої фінансові ресурси. Також, було прийнято рішення не враховувати рентабельність, оскільки вона не є індикатором здатності підприємства відповідати за зобов'язаннями. Навіть за умови високої рентабельності, підприємство може виявитися банкрутом, так як в нього може не бути в наявності грошових коштів для погашення короткострокових зобов'язань, і, навпаки, при умові від'ємної рентабельності підприємство може підтримувати свою платоспроможність.

Наступним за коефіцієнтом вагомості розташовуємо маркетинговий потенціал, оскільки навіть при налагодженому виробництві, не завжди можна успішно просувати свій товар на ринок. І, таким чином, організація збуту та просування товарів завжди повинна бути готова до

прогресу виробництва та успішно відображати економічну ефективність реклами та роботи служби збуту.

Щодо виробничого та трудового потенціалів, було прийнято рішення додати ще по одному результуючому показнику, які зможуть відобразити додаткове уявлення про сферу виробництва та кадрів.

Таким чином, за допомогою проведення такого роду інтегральної оцінки конкурентоспроможності підприємств, ми зможемо простежити тенденцію зміни конкурентної діяльності за досліджуваний період, виявити слабкі та сильні сфери підприємства, спрямовувати заходи на їх вдосконалення. Дана система показників дає реальне визначення ролі та місця підприємств-конкурентів.

Отже, можна зробити висновок, що інтегральний показник конкурентоспроможності можна оцінювати за різними напрямами діяльності та враховувати при цьому безліч показників, які можуть описати стан підприємства та адаптувати його не тільки до сучасних умов господарювання, але й до певної галузі.

УДК 658:330

Калашнюк Д.О., магістрант
Матвієнко А.В., магістрант
Науковий керівник: Виговський В.Г., к.е.н.
Державний університет «Житомирська політехніка»

УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ АКТИВАМИ ЯК СКЛАДОВОЇ МАЙНОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних ринкових умовах господарювання і послабленням позицій держави в регулюванні економіки відбувся процес зміни центру ваги в прийнятті господарських рішень на мікрорівень. За таких умов особливої ваги набуло ефективне управління майном підприємства, зокрема і оборотними активами, адже від цього безпосередньо залежить ефективність виробничої та господарської діяльності підприємства. У підсумку зміцнення майнового стану і стабілізації роботи окремих підприємств стане запорукою стабільного зростання економіки держави. Дуже важливим елементом в управлінні майновим станом є управління оборотними активами підприємства. Особливої уваги заслуговує визначення оптимального співвідношення між власними і залученими оборотними активами.

Оборотні активи визначаються як авансовані підприємством кошти в оборотні виробничі фонди та фонди обігу, які опосередковують їх рух

в процесі кругообігу, забезпечуючи безперервний процес виробничо-господарської діяльності.

Питання оптимальної величини, елементного складу та джерел формування оборотних активів є актуальним для підприємств, оскільки достатня забезпеченість підприємства необхідними ресурсами, їх ефективне використання мають великий вплив на майновий стан підприємства, забезпечення планомірності виконання виробничої програми і своєчасності розрахунків.

У процесі дослідження цієї проблеми було поставлено завдання сформулювати методологічні засади управління оборотними активами, визначити фактори, які впливають на даний процес, а також виділити етапи такого управління, які б давали можливість його реалізовувати в практичних умовах.

Основну мету управління оборотними активами доцільно трактувати наступним чином: забезпечення оптимальних обсягів всіх їх складових, які сприятимуть підвищенню економічної вигоди підприємства. Визначення такої мети пов'язано з двома основними фактами. По-перше, що швидка зміна зовнішнього середовища обумовлює прийняття рішень щодо обсягів всіх складових оборотних активів та пропорцій між ними, які повинні забезпечувати безперервність діяльності підприємства та забезпечувати достатній рівень його ліквідності, платоспроможності. По-друге, управління оборотними активами має спрямовуватися на забезпечення потенційної можливості отримання підприємством грошових надходжень від використання кожної їх складової. Так, грошових коштів у підприємства повинно бути стільки, скільки потрібно для забезпечення поточних зобов'язань.

Для досягнення основної мети, управління оборотними активами повинно бути направлено на вирішення певних завдань. Реалізація першого завдання має здійснюватися шляхом обґрунтування співвідношення між необоротними та оборотними активами. Незважаючи на те, що оборотні активи є мобільною частиною майна підприємства, рішення про співвідношення між цими складовими активів слід приймати на основі врахування виду діяльності підприємства та умов функціонування. Оптимізація обсягів всіх складових оборотних активів досягається за рахунок обґрунтування величини дебіторської заборгованості, потреби у запасах, грошових коштах. Обсяги поточних фінансових інвестицій мають регулюватися у відповідності з потребою у грошових коштах. Визначати оптимальні обсяги всіх складових оборотних активів необхідно на основі їх аналізу за попередні періоди, розроблених бюджетах реалізації продукції,

бюджетах грошових коштів, інформації про ринки постачальників, ринки покупців та фінансові ринки. Наступне завдання - контроль за обсягами оборотних активів та поточних зобов'язань реалізується шляхом дослідження динаміки обсягів оборотних активів та поточних зобов'язань, темпів їх приросту, величини чистих оборотних активів, тривалості обороту дебіторської та кредиторської заборгованостей. Аналіз впливу обсягів оборотних активів на фінансовий стан підприємства забезпечуються шляхом розрахунку відповідних показників (більш детальніше вони будуть розглянуті у третьому розділі), які відображають поточний стан ліквідності та платоспроможності підприємства.

З метою та завданнями управління оборотними активами тісно пов'язані принципи, на яких даний процес повинен базуватися, та функції, здійснення яких забезпечить реалізацію поставлених завдань.

Пропонуємо до принципів управління оборотними активами віднести наступні:

1. Принцип взаємопов'язаності. Згідно цього принципу, управління оборотними активами здійснюється у межах загальної системи управління фінансами підприємств, оскільки будь-яке управлінське рішення прямо або опосередковано впливає на ефективність діяльності підприємств.

2. Принцип своєчасності. Враховуючи цей принцип кожне управлінське рішення щодо формування та використання кожної складової оборотних активів має прийматися своєчасно та на основі отримання оперативної достовірної інформації.

3. Принцип координації. Даний принцип спрямовуватиме управлінців підприємств на досягнення узгодженості управлінських рішень у сфері оборотних активів з рішеннями щодо поточних зобов'язань.

4. Принцип безперервності. У межах такого принципу, управління оборотними активами розглядається як постійний процес, який забезпечує прийняття ряду управлінських рішень, що впливають на ліквідність та платоспроможність підприємства.

5. Принцип оптимальності. Виходячи з цього принципу, кожне управлінське рішення щодо визначення обсягів оборотних активів та всіх їх складових направляється на знаходження їх оптимального розміру.

6. Принцип раціональності. Цей принцип означає, що усі складові оборотних активів повинні бути раціонально розміщені між стадіями відтворювального процесу підприємства.

До основних функцій управління оборотними активами можна

віднести такі:

1. Контрольну. Реалізація цієї функції пов'язана зі створенням системи постійного контролю за обсягами оборотних активів і, в результаті, за станом ліквідності та платоспроможності підприємства.

2. Стабілізуючу. В процесі реалізації цієї функції повинен забезпечуватися достатній рівень ліквідності та платоспроможності підприємства, що є досить важливим для стабільного його функціонування та подальшого розвитку.

3. Аналітичну. Реалізація цієї функції забезпечує проведення постійного аналізу стану оборотних активів та всіх їх складових, порівняння обсягів оборотних активів з поточними зобов'язаннями, дослідження їх динаміки, здійснення аналізу факторів, які впливають на стан оборотних активів.

Разом із функціями, управління оборотними активами має здійснюватися шляхом відповідних методів планування, контролю, обліку, оцінки, аналізу.

Охарактеризовані методологічні засади управління оборотними активами є необхідною умовою для створення ефективних механізмів формування та використання на підприємствах оборотних активів. Але успішна реалізація даного процесу значною мірою залежить від врахування факторів, які впливають на обсяги оборотних активів, обґрунтування напрямів та етапів його здійснення. З'ясування зазначених характеристик вимагає подальшого дослідження економічної сутності складових оборотних активів. Слід враховувати, що на фінансовий стан підприємства негативно може вплинути не тільки нестача, але і надлишок власних оборотних активів. Нестача власних оборотних коштів може пояснюватися збитками унаслідок неефективної виробничо-господарської діяльності, збільшенням безнадійної дебіторської заборгованості, придбанням дорогих основних фондів та ін. Значний надлишок оборотних коштів означає неефективне використання фінансових ресурсів, уповільнення оборотності власних засобів, втрату можливостей отримання додаткових доходів від вигідних інвестицій. Підприємство повинно розглянути різні можливості фінансування оборотних коштів і вибрати найприйнятніший варіант з урахуванням специфіки підприємства і зовнішніх економічних умов. Поліпшення використання оборотних активів вивільняє їх.

Список літератури:

1. Бондаренко О.С. Методологічні основи управління оборотними активами підприємств / О.С. Бодаренко // Інвестиції практика та досвід.

– 2008. – № 4. – С. 40–44.

2. Поддєрьогін А.М. Фінансовий менеджмент: підручник / Кер. кол. авт. і наук. ред. проф. А.М. Поддєрьогін. – К.: КНЕУ, 2008. – 536 с.

3. Філатова З.В. Напрямки формування системи управління оборотними активами підприємства / З.В. Філатова, А.Г. Ротанова // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури: зб. наук. праць. – 2011. – Вип. 29. – С. 330–335.

Чобіток В. І. Управління оборотними активами підприємства: теоретичний аспект / В. І. Чобіток, К. С. Пятилокотова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vetp/2013_41/13cvieic.pdf.

УДК:731.28.234.8

Кобилов А., соискатель
Каршинский государственный университет

ВЛИЯНИЕ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ НА ЭКОНОМИЧЕСКИЙ РОСТ В РАЗВИВАЮЩИЕСЯ СТРАНЫ

В последние годы политики, особенно в развивающихся странах, пришли к выводу, что прямые иностранные инвестиции (ПИИ) необходимы для стимулирования рост их экономики. Утверждается, что ПИИ могут создавать рабочие места, ускорять технологическое развитие в принимающей стране и улучшать экономическое состояние страны в целом.

В большинстве развивающие стран не хватает ресурсов для финансирования долгосрочных инвестиций это большая проблема. Этот недостаток инвестируемых средств является большим препятствием для экономического роста, и это делает все более трудным достижение к 2015 году целей развития тысячелетия (ЦРТ), установленных Организацией Объединенных Наций. Прямой иностранный инвестиции рассматриваются в качестве основного источника получения необходимых средств для инвестиций, поэтому большинство стран с переходной экономикой предлагают стимулы для поощрения ПИИ.

Помимо предоставления средств для инвестиций, приток ПИИ в развивающиеся страны предполагается, что он создает внешние эффекты за счет передачи технологии и ее распространения, эффект (Каркович и Лэвайн, 2002), которые оказывают последнее продолжительное влияние на

экономика.

Из-за этого воспринимается важность для экономического роста (особенно в развивающихся страны), ПИИ должны быть изучены и обширная исследовательская работа должна быть сделана на нем, чтобы иметь четкое понимание того, каков его вклад в рост. Согласно Бижит Бора (2002), так как большинство политиков поощряют прямые иностранные инвестиции, необходимо лучше понять его детерминанты, воздействия и последствия.

Таунсенд (2003) сказал, что отношения между прямыми иностранными инвестициями и экономический рост не так очевиден. Есть разные взгляды исследователей на вклад ПИИ в экономический рост, основанный на теоретических и аналитических результаты. Некоторые считают, что ПИИ являются очень важным инструментом экономического роста, особенно в менее развитых странах, но некоторые ученые утверждали, что вклад ПИИ в экономическое развитие не так выражен, как большинство людей верить. Тем не менее, некоторые ученые считают, что ПИИ не вносят позитивный вклад в экономический рост принимающей страны. Там не было единого мнения о ПИИ и экономический рост. Лалл (2002) пришел к выводу, что вклад ПИИ в экономический рост зависит от многих факторов, и он меняется во времени и от одного принимающая страна в другую.

Прямые иностранные инвестиции не включают все инвестиции через границу. Там некоторые особенности, которые отличают прямые иностранные инвестиции от других международных инвестиций, обсуждаются ниже. ПИИ - это инвестиции, осуществляемые компанией за пределами своей страны. Это поток долгосрочного капитала на основе учета долгосрочной прибыли, участвующей в международном производстве (Кэвес, 1996). Это определение правильное, но не полное так как важные вопросы контроля и управления не включены в него. Международные инвестиции могут принимать две формы. Это может быть как портфельные инвестиции, где инвесторы покупают некоторую неконтролирующую часть акций, облигаций или любой другой другое финансовое обеспечение или прямые инвестиции, в которых инвестор участвует контроль и управление таким бизнесом. Это тип инвестирование со стороны транснациональных компаний (ТНК), и оно имеет тенденцию вносить больший вклад в экономический рост, чем портфельные инвестиции.

Роберт Э.Липси (1999) сказал, что интернационализированное производство является результатом прямых иностранных инвестиций. По его словам, это инвестиции, которые предполагают некоторую степень контроля над приобретенной или созданной фирмой, которая

находится в любой другой стране. кроме страны инвесторов. Такое участие в контроле над инвестициями является главной особенностью, которая отличает ПИИ от инвестиций в портфельную инфраструктуру.

Есть много преимуществ ПИИ как для принимающей страны, так и для страны происхождения, эти преимущества отмечены разными авторами. Например, Алфаро (2003) сказал что в дополнение к прямому финансированию капиталовложений ПИИ могут служить источник ценных технологий и ноу-хау для принимающих развивающихся стран налаживая связи с местными фирмами. Эти технологические инновации транснациональные компании (ТНК) играют центральную роль в экономике, и они являются одними из наиболее важных областей, где ТНК служат катализатором роста в развивающихся странах.

ТНК обладают финансовыми возможностями для инвестирования в крупные заводы. Это может быть очень трудно для местных инвесторов из-за их отсутствия огромных инвестиционных фондов, которые ТНК могут себе позволить. С помощью ПИИ «дефицитный» капитал может быть предоставлен развивающиеся страны. Это очень важно для экономического роста. Джонс (1996) отмечает, что перевод капитала ТНК может дополнить внутренние сбережения и способствовать формированию внутреннего капитала в странах с ограниченным капиталом, и это может увеличить внутренние инвестиции.

Некоторые инвестиции лучше, если они находятся под иностранным контролем. Это положит уровень государственного вмешательства на его минимальном уровне. Чаще всего ПИИ приносит солидную собственность и независимое управление.

Несмотря на преимущества, которые можно извлечь из прямых иностранных инвестиций, следует отметить, что они могут также вызвать некоторое негативное влияние. Например, деятельность ТНК может вытеснить местные фирмы, которые не могут справиться с конкуренцией со стороны иностранных фирм, тем самым уменьшая рост местных фирм. Также если правильно в принимающей стране регулирование отсутствует, ПИИ могут служить источником бегства капитала из развивающихся стран в развитые. Например из-за некоторые специфические риски в принимающей стране (экономические и политические риски), есть может быть большой поток капитала из принимающей страны в родную страну, если есть нет законодательства против такой практики. Это может оказать неблагоприятное влияние на хозяина экономика, особенно если такой капитал поступает из принимающей страны. В заключение, из-за более высокой производственной мощности ТНК ПИИ могут нанести крупномасштабный ущерб окружающей среде, о котором иногда не

уделяется должного внимания, особенно в горнодобывающем секторе (Бора, 2002). Следует отметить, что чистый вклад ПИИ в рост может быть измерен только опытным путем.

Рост ВВП обычно является параметром для измерения экономического роста страна, хотя это не единственный параметр. ВВП включает всю продукцию внутри страны за данный период. Прямые иностранные инвестиции включены ВВП и многое было сделано для выявления взаимосвязи между ПИИ и рост. Многие исследовательские работы показали, что вклад ПИИ в рост является положительным. Используя различные данные и методологии, многие исследователи пришли к выводу что ПИИ оказывают положительное влияние на рост. Например, в статье Лунгани и Разин (2001), было сообщено, что из трех источников притока капитала в развивающиеся страны (ПИИ, портфельные инвестиции и первичные банковские кредиты), ПИИ было обнаружено, что наиболее устойчивым во время мировых финансовых кризисов 1997-1998, а также во время латиноамериканских финансовых кризисов в 1980-х годах. Мосс, Рамачандран и Шах (2005) сделали аналогичный вывод в своем исследовании который сосредоточился на 20 стран мира. Это было обнаружено, что процент экспорта из ТНК гораздо больше, чем один из местных инвесторов. Это показывает, что ПИИ внесли больший вклад в ВВП, чем местные инвестиции в трех странах. ОЭСР (2002) просто заявила, что ПИИ повышает эффективность использования ресурсов и повышает производительность факторов производства в принимающей стране, поэтому она считает влияние ПИИ на рост положительным. Некоторые исследования согласны с тем, что вклад ПИИ в рост является положительным, но зависит от некоторых факторов в принимающей стране. Альфаро (2003) пришел к выводу, что вклад ПИИ в рост зависит от сектора экономики, где ПИИ работает. Он утверждал, что приток ПИИ в производственный сектор имеет положительное влияние на рост, в то время как приток ПИИ в основной сектор, как правило, имеет негативное влияние на рост. Для сферы услуг влияние притока прямых иностранных инвестиций не является так ясно. Тем не менее, экономика с хорошо развитым финансовым сектором выигрывает больше от прямых иностранных инвестиций. Влияние ПИИ на рост также зависит на местных условиях принимающей страны. Чоудхури и Мавротас (2003) сказали вклад ПИИ в рост зависит от таких факторов, как база человеческого капитала в принимающая страна и степень открытости в экономике, и даже когда ПИИ вносят свой вклад в экономику, их влияние может быть не легко заметить в краткосрочной перспективе. Лалл (2002) даже сказал, что приток ПИИ влияет на многие факторы в

экономике, и эти факторы, в свою очередь, влияют на экономический рост. Поэтому влияние прямые иностранные инвестиции в рост не могут быть измерены напрямую, поскольку их влияние обусловлено их вкладом в эти другие факторы.

Страны с высокими темпами роста могут привлекать ПИИ лучше, чем страны, в которых экономика не в хорошей форме. Это подтверждает тот факт, что, хотя прямые иностранные инвестиции способствуют росту, экономический рост также влияет на уровень прямых иностранных инвестиций в стране.

Кумар и Прадхан (2002) обнаружили, что в большинстве случаев направление причинно-следственной связи между ростом и ПИИ не выражено. Кроме того, в бедных странах направление, по-видимому, идет от роста к ПИИ в равном количестве случаев, как от прямых иностранных инвестиций до роста. Этот вывод похож на вывод Хансена и Рэнда (2004), в котором говорилось, что прямые иностранные инвестиции и рост имеют положительные отношения, но направление причинно-следственной связи не ясно. И зная это направление причинно-следственной связи очень важен для разработки экономической политики.

Стоит отметить, что некоторые исследования утверждают, что вклад ПИИ для роста не являются положительными. В исследовании Каркович и Лэвин (2002) это было пришел к выводу, что ПИИ не оказывают сильного независимого влияния на рост.

Основываясь на эмпирических результатах статьи, можно сказать, что вклад ПИИ для роста оценивается как позитивный с точки зрения континента. Однако при работе с некоторыми отдельными странами было обнаружено, что вклад ПИИ был положительным в одних странах и не положительным в других. В большинстве стран и для континента в целом соответствующий коэффициент оценка не значительна.

Можем ли мы сейчас сделать вывод, что ПИИ не нужны в тех странах, которые не имеют положительные признаки для прямых иностранных инвестиций? Ответ - нет по следующим причинам.

Некоторые воздействия ПИИ в принимающей стране не могут быть измерены количественно, например, приобретение знаний, технологии и международный имидж, и может пройти значительное время, прежде чем эти переменные повлияют на рост. Методология, использованная для эмпирический анализ имеет проблемы с низким размером выборки и, следовательно, может быть в состоянии показать влияние этих переменных на рост.

Следует проявлять осторожность при привлечении ПИИ, и это должно быть направлено на некоторые конкретный сектор, где

иностранные инвестиции необходимы больше всего. ПИИ могут вносить вклад в ВВП, но не увеличивать благосостояние людей в принимающая страна. Например, ПИИ в сельскохозяйственном секторе могут улучшить

благосостояние в принимающей стране, чем ПИИ в нефтяной и минеральный сектор. В странах как, например, Узбекистан, в разведке нефти есть много транснациональных компаний, в то время как в сельскохозяйственном секторе нет крупных транснациональных компаний, несмотря на потенциал страны в сельском хозяйстве. Это может быть потому, что инвестиции в этой области потребуют значительного времени, прежде чем приносить прибыль, в отличие от нефтяного сектора, где можно получить «быструю прибыль».

Хотя приток ПИИ важен для экономического роста, реальное влияние на экономическое развитие не так ясно. Например, репатриированная прибыль ТНК на родину могут быть формой неблагоприятного положения для принимающей страны, но учитывается как часть ВВП за период.

Для дальнейших исследований будет интересно изучить, как приток ПИИ способствует экономическое развитие. Также изучается влияние иностранных инвестиций на местные фирмы в странах Центральной Азии будут очень полезны при принятии политического решения о типе ПИИ для привлечь, следовательно, эта область рекомендуется для дальнейших исследований.

Литература

1.Alfaro L. (2003) ‘‘Foreign direct investment and growth, does the sector matter?’’ Online www.people.hhb.edu Alfaro L. et al. (2003) ‘‘FDI and economic growth: the role of local Financial market’’ Journal of international economics volume 64

2.Bora B. (2002). Foreign Direct Investment Research Issues. Routledge London, New York

3.Caves R.E (1996) Multinational enterprise and economic analysis Cambridge University press. New York

4.Carkovic M. Levine R. (2002) ‘‘Does foreign direct investment accelerate economic growth?’’ University of Minnesota Department of finance ‘working paper’ Online www.ssrn.com

5.Chowdhury A. and Mavrotas G (2003) ‘‘FDI and growth: what causes what’’ Wider Conference. Online www.wider.unu.edu

6.Lall S. (2002) FDI and development: research issues in the emerging context. Edited by Bora B. (2002) Foreign Direct Investment Research Issues. Routledge London, New York

7.Lipsey R.E. (1999) ‘’ The United States and Europe as Suppliers and Recipients of FDI ‘’. National Bureau of Economic Research, City University of New York (Pavia Conference)

8.Loungani P. and Razin A (2001) ‘‘How beneficial is Foreign direct investment for developing countries?’’ Finance and development, June 21 Volume 38 No 2 www.imf.org/external/pubs.

9.Moss T.J, Ramachandran V. and Shah M.K. (2005) ‘‘Is Africa’s scepticism of Foreign capital justified? Evidence from East African survey data’’ Online www.iie.com/publications/chapters_preview

10.OECD (2002) Foreign direct investment for development: Maximising benefit Organisation for Economic Co-operation and Development. Paris

11.Hansen H. and Rand J. (2004) ‘‘On the casual link between FDI and growth in developing countries’’. Discussion papers, Institute of Economics, University of Copehagen. Denmark

12.Kumar N. and Pradhan J.P. (2002) ‘‘Foreign direct investment, externality and economic growth in developing countries: Some empirical explorations and implications for WTO negotiations on investment’’ Research and information system, New Delhi India.

13.Jones G. (1996) The evolution of international business: an introduntion Routledge London, New York

Townsend I. (2003). ‘‘Does Foreign direct Investment accelerate economic growth in less developed countries?’’ (online).www.stolaf.edu

УДК. 338,436,33 (575,152)

Курбанов А. Б., заведующий кафедры “Экономики”,
Мойлиев Э.Б., магистрант
Каршинский инженерно-экономический институт

РОЛЬ МАЛОГО БИЗНЕСА В НАЦИОНАЛЬНЫЙ ЭКОНОМИКИ

В развитых странах политика комплексной поддержки малого бизнеса осуществляется последовательно. Это потому, что есть два аспекта развития малого бизнеса. Прежде всего, это связано с экономическими и социальными задачами малого бизнеса в рыночной экономике, которые отражают его важность. Второе связано с недостатками, присущими малому бизнесу, и слабым развитием страны из-за этих недостатков. Выявление этих двух аспектов малого бизнеса требует формирования и развития системы поддержки малого бизнеса в нашей стране.

Он подчеркивает важность малого бизнеса в экономике в полной мере экономических и социальных задач, которые он выполняет. Эти задачи можно разделить на две группы. Первая группа - это общие задачи, которые отражают четко сформулированные цели предпринимателя. Вторая группа является частной. Они проявляются со временем и незначительно отличаются от заявленных целей участников.

Как отмечает А.Смит: «Мы не верим в доброту мясника, шеф-повара или пекаря, когда мы едим, и мы верим, что они будут преследовать свои собственные интересы, и они достигнут невообразимых результатов под« невидимой рукой »[10]. Это означает, что предприниматель выполняет не только отдельные задачи обогащения, но и функции социальной природы скрытого характера.

Это позволяет нам проводить различие между индивидуальными задачами в рамках экономических задач предпринимательской деятельности и задачами социального характера. Приоритет малого бизнеса как фактора экономической свободы должен быть приоритетным. Малый бизнес способствует распространению демократических принципов в сфере экономики. С одной стороны, развитие малого бизнеса дает человеку выбор: быть наемным работником или независимым предпринимателем. С другой стороны, деятельность малых предприятий регулируется в большей степени законами о свободном рынке, чем деятельность крупных корпораций. Эта задача малого бизнеса играет важную роль в либерализации национальной экономики. Из-за высокого уровня государственной зависимости крупных предприятий, составляющих основу нашей республики, их трудно рассматривать как субъекты свободного рынка. Вторая задача малого бизнеса - обеспечить его скрытую, интегральную (интегрирующую) экономику[11].. Фирмы, выполняющие эту задачу, называются комутантами.

В рыночной экономике наличие платежеспособного спроса должно автоматически генерировать спрос. Но в настоящее время эффективное производство определяется его селективностью. Это не всегда экономически целесообразно.

Когда крупное предприятие производит один продукт, оно является высокоэффективным и не зависит от неприбыльных товаров.

Например, автомобили считаются товарами большого объема. Но для крупных фирм не рекомендуется открывать автозаправочную

---

[10] Смит А. Исследования о природе и причинах богатства народов. М., 1962. с. 276.
[11] Брициева М. Малое предринимательтво как экономическая категория. //Экономика и общество. 1999, №8

станцию, потому что операционные издержки высоки, а ежедневная прибыль недостаточна.

Только небольшие фирмы, занимающиеся коммутацией, готовы использовать любую возможность, в то время как другие компании очень избирательны в этом отношении. Средние предприятия характеризуются мелким производством. Однако они начнут производство в секторах с особыми и долгосрочными потребностями. Средним фирмам необходимо собирать и обрабатывать информацию в узком пространстве.

Для крупных предприятий передача части их продукции малому бизнесу выгодна. Малые предприятия как партнеры крупных корпораций будут иметь доступ к технической документации, чертежам и производственным ресурсам крупных предприятий на основе субподряда. Крупные компании заинтересованы в этой зависимости и помогают им разрабатывать новые продукты, совершенствовать технологии и методы контроля качества продукции.

Этот конфликт разрешается через коммерческие фирмы, которые постоянно ищут социальные потребности и могут адаптироваться к рыночным требованиям. Поэтому эти фирмы характеризуются отсутствием планирования в своей деятельности - они очень компактны и должны быть готовы к любым изменениям.

Важность малых предприятий для экономики зависит от их гибкости. Уровень развития малого бизнеса можно суммировать по способности национальной экономики адаптироваться к быстро меняющейся рыночной ситуации[12].

Одной из важнейших скрытых целей малого бизнеса является создание конкурентной среды в рыночной экономике. Конечно, небольшие фирмы сталкиваются с крупными корпорациями, часто оказываются побежденными. Тем не менее, мелкие фирмы играют важную роль в работе со всем сектором малого бизнеса и крупным капиталом.

Ведущие ученые и эксперты международных форумов и организаций пришли к выводу, что единственный способ преодолеть растущую безработицу - это создать новые предприятия и рабочие места. Следует отметить, что малые предприятия получают выгоду от работы социально уязвимых слоев населения (женщин, инвалидов, беженцев и т. Д.), Которые не могут найти работу на крупных предприятиях. Кроме того, небольшие фирмы являются уникальным

---

12 И.Э.Турсунов. А.Б.Курбонов. Инновационные подходы развития предпринимательства. Warsaw, Poland International Journal of Innovative Technologies in Economy 5(17), Vol.2, June 2018

полигоном для практических занятий и молодых специалистов.

Во многих странах мира большая часть населения занимается малым бизнесом. В частности, 80% в Китае, 48% в Японии, 50% в Соединенных Штатах и 78% в Узбекистане. Доля малого бизнеса в мире также высока: на долю Китая приходится 60%, 68% в Италии, 53% в Германии, 48% в Корее, 50% в США, 21% в России и 56% в Узбекистане. Число субъектов предпринимательской деятельности на 1000 человек населения составляет 57 в Европейском союзе, 90 в США, 27,2 в России[13] и 22 в Узбекистане. Анализ показывает, что доля малого бизнеса в экономиках развитых стран высока. Потому что он определяет постоянно растущую потребность и быстро реализует новые идеи для ее удовлетворения. Страна, которая производит новый продукт, будет в экономическом росте.

Малые предприятия также предоставляют доступ к материальным ресурсам, т.е. используют местные источники сырья и крупные промышленные отходы.

В условиях перехода к рыночной экономике задача малого бизнеса удовлетворять спрос населения на товары и услуги эффективно и полностью.

Потребности общества, промышленности, региона, предприятий и организаций, а также индивидуальные потребности настолько различны, что ни одна государственная организация не может полностью их удовлетворить. Кроме того, они со временем увеличиваются, и, как показывает опыт последних десятилетий, они становятся более индивидуализированными. Только предприниматель в полной мере учитывает и удовлетворяет эти потребности.

Таким образом, некоторые небольшие потребности рынка не могут быть полностью удовлетворены без небольших фирм. Это те, которые должны быть созданы для производства крупных, высокорентабельных или специализированных продуктов, которые будут удовлетворять другие потребности, которые не удовлетворяются. В то же время малые предприятия пользуются преимуществами рынка, потому что они знают своих клиентов и дифференцированные рынки. Это связано прежде всего с тем, что крупные компании обслуживают те сегменты рынка, которые менее привлекательны для небольших компаний из-за их небольшого размера. К ним относится большая доля производства товаров народного потребления. Малые предприятия очень

[13] Владимир Рувинский. Почему малый бизнес не растет .https://www.vedomosti.ru/opinion/articles/2019/05/08/

чувствительны к изменениям спроса и способны удовлетворить новые и индивидуальные потребности клиентов. Развитие бизнеса во многом определяется глубокими изменениями, происходящими в современной культуре. Если несколько десятилетий назад успех продаж был обусловлен рыночными стандартами, то сегодня его новизна определяется его оригинальностью. Аналогичные тенденции наблюдаются в сфере услуг - спрос зависит от качества и разнообразия услуг.

УДК 339.9

Маковський І. Ю., аспірант
Державний університет «Житомирська політехніка»

ЕТАПИ СТАНОВЛЕННЯ ТА ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Поняття «інформаційна безпека» з'явилось із появою засобів інформаційної комунікації між окремими людьми чи цілими соціумами. Це пов'язано з обміном тією інформацією, заволодіння якою може завдати збитків особі чи суспільству, що їх стосується та чи інша інформація.

Єдиного визначення поняття «інформаційна безпека» не існує, втім деякі дослідники подають такі визначення:

Р. Л. Кіссель визначає «інформаційну безпеку» як практику попередження несанкціонованого доступу, використання, розкриття, перекручення, зміни, дослідження, запису чи знищення інформації [1]. Таке універсальне визначення застосовується незалежно від форми, що її можуть набувати дані (електронна чи, наприклад, фізична).

Більш практичне визначення можна знайти у Танцюри М. Ю., який трактує його як відношення рівня інформаційного захисту до рівня інформаційних загроз [2]. Застосування такого визначення надає змогу обчислити ефективність вжитих заходів щодо забезпечення інформаційної безпеки в окремо взятій організації або на підприємстві.

Основним завданням інформаційної безпеки є збалансований захист конфіденційності, цілісності й доступності даних.

Якщо розглядати історичні аспекти розвитку інформаційних відносин, можна виділити такі основні етапи становлення інформаційного захисту [3]:

І етап — до початку XIX століття. В той період використовувались природно утворювані засоби інформаційних комунікацій. У той період основним завданням інформаційної безпеки був захист відомостей про події, факти, майно, місцезнаходження й інші дані, що мали для людини особисто або соціуму, до якого вона належала, життєве значення. В широкому сенсі заходи захисту інформації було спрямовано на запобігання перехопленню фізичних повідомлень, особливо під час ведення бойових дій. Разом із тим, важливим було збереження особистої інформації, в тому числі про проведення торгових операцій, виготовлення чи винайдення нових товарів, інновації у промисловому виробництві тощо.

ІІ етап — від 1816 до 1935 року. Цей етап був пов'язаний із початком використання технічних засобів електро- та радіозв'язку. Після того, як інформація перемістилась з фізичних носіїв до електромагнітного поля, постала необхідність її захисту в принципово новій площині. Таким чином, з розвитком технологій передачі інформації, почали розвиватись технології її захисту. На даному етапі потрібно було забезпечити скритність і завадостійкість радіозв’язку шляхом застосування завадостійкого кодування повідомлення з подальшим декодуванням прийнятого сигналу.

ІІІ етап — від 1935 до 1946 року. Той період пов'язаний з появою засобів радіолокації і гідроакустики. Основним способом забезпечення інформаційної безпеки в ті роки було поєднання організаційних і технічних заходів, спрямованих на підвищення захищеності засобів радіолокації від дії на їхні приймальні пристрої активними маскувальними і пасивними імітувальними радіоелектронними перешкодами. Особливо бурхливо на тому етапі засоби захисту інформації розвивались під час Другої світової війни, оскільки від реалізації політики інформаційної безпеки прямо залежав успіх тієї чи іншої операції, а також живучість своїх військ. В економічному сенсі засоби захисту інформації в той період були спрямовані на забезпечення інформаційної безпеки нових технологій, передусім військового призначення, втім не слід забувати й про ті технології, що розвивались у мирних країнах та на які націлювались усі сторони конфлікту, що не мали можливості в силу умов розвивати власне виробництво.

IV етап — середина XX століття. Винайдення та впровадження в практику електронно-обчислювальних машин (комп'ютерів) зумовило народження нової проблеми – забезпечення захисту інформації, представленої в електронному вигляді. На тому етапі завдання інформаційної безпеки вирішувались, в основному, методами і способами обмеження фізичного доступу до устаткування засобів

добування, перероблення й передачі інформації. Фактично в ті роки інформацію в електронному вигляді можна було добути лише отримавши фізичний доступ до устаткування, втім під час передачі інформації захисту підлягали її фізичні носії або все ті ж радіо-, електро-, електромагнітні сигнали тощо.

V етап — 1960-ті – 1970-ті роки. З появою та розвитком локальних інформаційно-комунікаційних мереж завдання інформаційної безпеки майже не змінились, вони полягали у фізичному захисті елементів локальних мереж. Разом з тим, з'явились і нові завдання, зокрема необхідність адміністрування й управління доступом до мережевих ресурсів, які на той момент поки не могли зазнати зовнішнього впливу. Інформаційно-комунікаційні системи на промислових підприємствах також потребували захисту інформації, що в них циркулювала, оскільки втрата чи пошкодження даних могли призвести до зриву виробництва та, відповідно, збитків.

VI етап — до середини 1980-их років. Цей етап пов'язаний з використанням надмобільних комунікаційних пристроїв з широким спектром завдань. Загрози інформаційній безпеці стали набагато серйознішими. Для забезпечення інформаційної безпеки в інформаційно-телекомунікаційних системах з бездротовими мережами передачі даних потрібно було розробити нові критерії безпеки. Більше того, з'явились цілі співтовариства людей — хакерів, що ставлять собі за мету завдання збитків інформаційній безпеці окремих користувачів, підприємств, організацій і цілих країн. Інформація стала найважливішим ресурсом держави, а забезпечення його безпеки — найважливішою й обов'язковою складовою національної безпеки. З'явилась навіть нова галузь міжнародної правової системи – інформаційне право. В економічній царині відбувалось те ж саме, кожне підприємство почало формувати власну політику безпеки й визначати шляхи її реалізації.

VII етап — від 1985 року. Стрімкий розвиток глобальних інформаційно-телекомунікаційних систем, а також широке застосування космічних засобів зв'язку, спонукає до пошуку нових високотехнологічних засобів захисту інформації. Всеосяжна автоматизація виробничих процесів на підприємствах також вимагає розширення заходів інформаційної безпеки, що потребує постійного оновлення політики безпеки.

Як зазначала професор Г. Я. Аніловська, на сучасному етапі з бурхливим розвитком інформаційних технологій і їх широким впровадженням в облікові процеси виникає проблема взаємодії цих облікових систем з іншими системами та між собою, а також проблема

конфіденційності. До того ж, ці проблеми існують на технічному, програмному та інформаційному рівнях. Вирішити їх можна шляхом розроблення і впровадження єдиних, загальних і обов'язкових правил побудови і використання облікових інформаційних систем [4]. У світлі розвитку нових ІТ-технологій, поняття інформаційної безпеки значно розширилося. Сьогодні від захисту процесів, інформації та діяльності в кіберпросторі залежить значно більше, ніж просто втрата інформації. Тобто, втрата інформації тягне за собою низку інших комплексних ускладнень. Нині комплекс заходів із захисту інформації повинен враховувати, в тому числі, антивірусний захист, захист від хакерських атак, підробки даних тощо. Наприклад, враження комп'ютерними вірусами може не лише видалити чи викрасти дані, але й вплинути на роботу та продуктивність співробітників чи навіть зупинити виробництво.

Таким чином інформаційна безпека є чи не найважливішим аспектом ефективності бізнесу будь-якого підприємства. Головним завданням заходів забезпечення захисту інформації на підприємстві є формування такої політики безпеки, що передбачала б усебічний захист інформації на кожному етапі виробництва, а також у кожному з бізнес-процесів підприємства.

Список використаних джерел:

1. NIST Interagency or Internal Report 7298 : Glossary of Key Information Security Terms : [англ.] / Richard L. Kissel, editor, Computer Security Division, Information Technology Laboratory. — Revision 2. — Gaithersburg, MD, USA : National Institute of Standards and Technology, 2013. — 222

2. Танцюра М.Ю. Забезпечення ефективності системи інформаційного забезпечення підприємства (на прикладі туристичних підприємств АР Крим): автореф. дис.на здобуття наук ступеня канд. екон. наук: 08.00.04//М.Ю. Танцюра.- Сімферополь, 2012.-21

3. Информационная безопасность (2-я книга социально-политического проекта «Актуальные проблемы безопасности социума»). М.: «Оружие и технологии», 2009 [рос.]

4. Аніловська Г.Я. Інформаційна безпека підприємства в умовах використання сучасних інформаційних технологій: Науковий вісник НЛТУ України. – 2008, вип. 18.9. С. 270

УДК 332.05

Мамчур А. М., магистр экономики,
учитель КГУ Школа-лицей № 14 г.Абай
Карагандинская обл. Республика Казахстан

СТИМУЛИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА СУБЪЕКТОВ ИНДИВИДУАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В современный период развития рыночных отношений особое значение приобретает развитие индивидуального предпринимательства. Именно малые предприятия, не требующие крупных стартовых инвестиций и гарантирующие высокую скорость оборота ресурсов, способны наиболее быстро и экономно решать проблемы диверсификации экономики, формирования и насыщения рынка потребительских товаров. Высокий уровень развития малого предпринимательства выступает необходимым слагаемым современной модели рыночного хозяйства. Оно способствует поддержанию конкурентного тонуса в экономике, создает естественную социальную опору общественному устройству, формирует новый социальный слой общества.

В отличие от экономически развитых стран, где предпринимательство формировалось естественным путем, а формы и методы его государственной поддержки совершенствовались в ходе проведения длительных социально-экономических реформ, история развития предпринимательства в республике насчитывает немногим более десяти лет. За этот период приняты и реализованы четыре государственные программы поддержки и развития предпринимательства. И хотя в Казахстане влияние этого сектора на социальное и экономическое развитие общества не столь существенно, как в промышленно развитых странах Западной Европы, Америки и Юго-Восточной Азии, где на его долю приходится более половины валового внутреннего продукта, малое предпринимательство в нашей стране стало массовой, динамично развивающейся частью деловой жизни. В целях дальнейшего развития малого предпринимательства Главой государства определены основные направления поддержки малого бизнеса на ближайшую перспективу, в том числе формирование предпринимательского климата, конкурентной среды, системы общественных институтов, которые будут стимулировать частный сектор к созданию производств с высокой добавленной стоимостью. В ежегодном Послании Президента особо отмечены последовательные

действия по поддержке малого и среднего бизнеса.

Переход к рыночным отношениям настоятельно диктует необходимость изучения деятельности малых предприятий – первичного звена экономики. От того насколько эффективно осуществляется деятельность малых предприятий, зависит состояние экономики государства и уровень благосостояния населения. Организационные сложности деятельности малых предприятий на современном этапе постоянно усиливаются в связи с общей нестабильность налоговой и экономической политики, что требует от специалистов субъектов малого предпринимательства и индивидуальных предпринимателей знания нормативных документов организационно-правового характера.

Переход к регулируемым рыночным отношениям, поддержка предпринимательства требуют ускоренного создания сети малых предприятий, способных активизировать структурную перестройку экономики, предоставить широкую свободу выбора и дополнительные рабочие места, обеспечить быструю окупаемость затрат, оперативно реагировать на изменения потребительского спроса.

Малое предпринимательство - один из ведущих секторов, во многом определяющий темпы экономического роста, состояния занятости населения, структуру и качество валового национального продукта. Развитие малого бизнеса отвечает общемировым тенденциям к формированию гибкой смешанной экономики, сочетанию разных форм собственности и адекватной им модели хозяйства, в которой реализуется сложный синтез конкурентного рыночного механизма и государственного регулирования крупного, среднего и мелкого производства. И если крупный бизнес - это скелет, ось современной экономики, то все многообразие мелкого и среднего предпринимательства - мышцы, живая ткань хозяйственного организма.

В Республике Казахстан в современный период рыночного хозяйства особое значение приобретает развитие среднего и мелкого предпринимательства, малого бизнеса. Именно малые предприятия, не требующие крупных стартовых инвестиций и гарантирующие высокую скорость оборота ресурсов, способны наиболее быстро и экономно решать проблемы реструктуризации экономики, формирования и насыщения рынка потребительских товаров в условиях дестабилизации российской экономики и ограниченности ресурсов. Малые кампании способны оперативно реагировать на изменение потребительского спроса и за счет этого обеспечивать необходимое равновесие на потребительском рынке. Малое предпринимательство способствует созданию новых рабочих мест, смягчая проблему нарастающей

безработицы. Малый бизнес вносит существенный вклад в формирование конкурентной среды, что для нашей высоко монополизированной экономики имеет первостепенное значение.

Малое предпринимательство - это совокупность независимых мелких и средних предприятий, выступающих как экономические субъекты рынка. Эти предприятия не входят в состав монополистических объединений и занимают по отношению к ним в хозяйственном отношении подчиненное или зависимое положение. Для малого и среднего предприятия характерно:

– юридическая независимость;

– управление предприятием собственником капитала или партнерами-собственниками с целью получения предпринимательского дохода;

– небольшие размеры по основным показателям деятельности субъекта хозяйствования: уставный капитал, величина активов, объем оборота (прибыли, дохода), численность персонала.

Мелкие и средние предприятия не являются уменьшенной моделью или промежуточным этапом в развитии крупной фирмы, а представляют собой особую модель со специфическими чертами и законами развития. Для них характерны особенности в управлении и используемых экономических методах. Их можно свести к следующим:

– высокая степень централизации и персонализации управления. Руководитель-собственник сосредоточивает в своих руках финансовые, экономические, социальные функции и полномочия, что ставит предприятие в зависимость от его деловых и личных качеств;

– отсутствие системы стратегического управления. Руководитель предприятия занят решением задач текущего оперативного управления и не в состоянии заниматься средне- и долгосрочными планами развития предприятия;

– высокая зависимость от внешней среды: банков, крупных предприятий, государственной администрации, научных лабораторий, консультационных фирм;

– дефицит финансовых ресурсов - как собственных, так и заемных.

Вместе с тем малому бизнесу присущи: быстрая реакция на требования рынка; высокий уровень специализации; возможность мобилизации ресурсов на перспективных направлениях. Анализируя зарубежный и отечественный опыт развития малого предпринимательства, можно указать на следующие преимущества малого предпринимательства:

-увеличение числа собственников, а значит, формирование среднего

класса - главного гаранта политической стабильности в демократическом обществе;

-рост доли экономически активного населения, что увеличивает доходы граждан и сглаживает диспропорции в благосостоянии различных социальных групп;

-селекция наиболее энергичных, дееспособных индивидуальностей, для которых малый бизнес становится первичной школой самореализации;

-создание новых рабочих мест с относительно низкими капитальными затратами, особенно в сфере обслуживания;

-трудоустройство работников, высвобождаемых в госсекторе, а также представителей социально уязвимых групп населения (беженцев из «горячих точек», инвалидов, молодежи, женщин);

-подготовка кадров за счет использования работников с ограниченным формальным образованием, которые приобретают свою квалификацию на месте работы;

-разработка и внедрение технологических, технических и организационных новшеств (стремясь выжить в конкурентной борьбе, малые формы чаще склонны идти на риск и осуществлять новые проекты);

-косвенная стимуляция эффективности производства крупных компаний путем освоения новых рынков, которые солидные фирмы считают недостаточно емкими (из недр малого бизнеса вырастают не только крупные компании, но и наиболее современные наукоемкие отрасли и производства);

-ликвидация монополии производителей, создание конкурентной среды;

-мобилизация материальных, финансовых и природных ресурсов, которые иначе остались бы невостребованными, а также более эффективное их использование;

-снижение фондовооруженности и капиталоемкости при выпуске более трудоемкой продукции, быстрая окупаемость вложений; например, в США у компаний с числом занятых менее 100 чел. продажи на доллар активов больше, чем у крупных компаний, не только в таких отраслях, как сервис, финансовое страхование, оптовая торговля, но и на транспорте, а также в обрабатывающей промышленности;

-улучшение взаимосвязи между различными секторами экономики.

До сих пор республиканские программы поддержки развития малого предпринимательства не имели достаточного эффекта, по причине того, что не была выработана оптимальная государственная стратегия в этой области, не были выявлены соответствующие отраслевые и

региональные приоритеты, отсутствовали обратная связь, реальный мониторинг происходящих процессов.

Опыт зарубежных стран показывает, что государственная политика в отношении малого предпринимательства является важным самостоятельным системным направлением. Главная задача этой политики заключается в создании для малого и среднего бизнеса условий благоприятствования, которые предполагают стабильность экономической политики государства, развитие рыночной инфраструктуры, идеологический фон стимулирования предпринимательской инициативы и т.д. В развитых странах со смешанной экономикой отработаны и действуют эффективные системы государственных мер по правовому, финансовому, материально - техническому, информационному обеспечению устойчивого развития малого предпринимательства.

Исходя из зарубежного опыта, поддержка и развитие МСБ (малого и среднего бизнеса) в Казахстане является приоритетной сферой государственной экономической политики:

– дальнейшее развитие малого предпринимательства с целью создания новых рабочих мест, насыщения товарного рынка отечественными товарами и услугами, повышения инновационной активности хозяйствующих субъектов, как показывает опыт развитых стран, невозможно без специальных мер государственной поддержки.

– реализация первоочередных мер Программы направлена, прежде всего, на разрешение проблем, сдерживающих развитие малого предпринимательства:

– недостаточная развитость инфраструктуры поддержки малого предпринимательства;

– слабая дисциплина по исполнению действующего законодательства на местном уровне;

– чрезвычайная усложненность систем налогообложения и налоговых проверок;

– ограниченность доступа к кредитам на приобретение основных и пополнение оборотных средств;

– сложность процедуры приобретения незадействованных производственных помещений, находящихся в коммунальной собственности, субъектами малого предпринимательства, занятыми в реальном секторе экономики и крайне высокая арендная плата;

– отсутствие целостной системы подготовки кадров и информационной поддержки малого предпринимательства;

– организационные проблемы взаимодействия малого предпринимательства с государственными структурами;

– административные барьеры на пути развития малого предпринимательства.

Важнейшим фактором ускорения развития малого предпринимательства и упорядочения взаимоотношений с бюджетом должно стать максимальное упрощение системы налогообложения. Здесь самой острой проблемой являются неупорядоченность налоговых проверок. Каждый субъект малого предпринимательства уплачивает в среднем 6-8 видов официальных налогов и сборов, причем по каждому из них существует своя методика расчета, налогооблагаемая база, порядок и сроки уплаты, реквизиты и формы отчетности.

Слабо еще используются преимущества малого предпринимательства при проведении реструктуризации отраслей и реформировании предприятий. Одной из действенных мер поддержки государства в данной сфере является размещение государственного заказа среди субъектов малого предпринимательства, работающих в сфере производства и оказания услуг. Дальнейшее развитие подобной практики поддержки малого предпринимательства возможно путем расширения взаимодействия крупных компаний с субъектами малого предпринимательства в плане размещения у последних заказов по производству определенных видов продукции (работ, услуг).

Одним из наиболее часто встречающихся административных барьеров является несовершенство системы регистрации и лицензирования предпринимательской деятельности. Упрощение системы регистрации и лицензирования, которое будет предусмотрено планом мероприятий по реализации настоящей Программы, позволит:

– уменьшить операционные издержки ведения бизнеса, делая субъекты малого предпринимательства более конкурентоспособными, а организацию бизнеса менее дорогостоящей;

– обеспечить создание благоприятной атмосферы для предприятий малого бизнеса и увеличить количество создаваемых субъектов малого предпринимательства;

– упростить процедуру оформления земельных участков, документации в центрах недвижимости, сертификации продукции, перепланировки и реконструкции помещений. Особенно требует упорядочения стоимость оплаты и сроки оформления документов.

В то же время отдельные законы и административные меры недоработаны, остаются некоторые упущения и пробелы. Например, по вопросу доступа к кредитным ресурсам залоговое законодательство нуждается в совершенствовании, так как существующая система кредитования тормозит развитие предпринимательства.

Это обусловлено рядом обстоятельств:

- отсутствием стимулов у банков второго уровня;
- отсутствием государственной поддержки выделения кредитов,
- должной системы гарантий;
- не ликвидностью имущества у большинства предприятий МСБ;
- краткосрочностью кредитов;
- высокой стоимостью кредитов.

В современных теориях экономического развития не последнее место занимает так называемая предпринимательская модель экономического развития, суть которой заключается в том, что малые предприятия имеют огромный потенциал для улучшения состояния экономики. В соответствии с этой теорией государство должно найти достаточно эффективные и гибкие способы стимулирования предпринимательской активности. В условиях экономики Казахстана предпринимательская модель экономического развития может стать важным фактором развития экономики в целом. Малые предприятия являются неотъемлемой частью социально-экономической системы страны, обеспечивая, во-первых, стабильность рыночных отношений, поскольку значительная часть населения втягивается в эту систему отношений; во-вторых, они обеспечивают необходимую мобильность в условиях рынка, создают глубокую специализацию и разветвленную кооперацию производства, без которой немыслима его высокая эффективность. В конечном итоге это ведет к динамичности хозяйственного развития и экономическому росту национальной экономики.

УДК: 658.29/5

Овдіюк О.М., к.е.н., доцент
Кухарець В.В., к.е.н., ст.викладач
Житомирський національний агроекологічний університет

УПРАВЛІНСЬКІ РІШЕННЯ В ЦИКЛІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ ОРГАНІЗАЦІЙНИМИ СТРУКТУРАМИ

У сучасному світі людина приймає рішення будь-якої складності постійно, іноді навіть не задумуючись над цим. Проте рішення особистого характеру та рішення пов’язані з управлінням мають суттєві відмінності. Особливою відмінністю особисто-індивідуальних рішень від управлінських є степінь відповідальності за отримані результати та наслідки прийняття таких рішень.

Теоретико-методологічним аспектам теорії прийняття рішення присвячено багато робіт як зарубіжних і вітчизняних класиків. У сучасній науковій літературі проблемам і особливостям прийняття управлінських рішень приділено належну увагу. Значний внесок у розробку і вирішення проблематики теорії управлінських рішень внесли вітчизняні та зарубіжні вчені: М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі, П. Друкера, С. Крейнер, Дж. Коттер, В. Колпаков та інші [1-4]. Проте, з посиленням ролі управлінських рішень в умовах науково-технічного прогресу і зростанням числа наукових робіт в даній сфері, виникає потреба дослідження особливостей прийняття управлінських рішень в технології сучасного менеджменту підприємницьких організаційних структур.

Метою даного дослідження є вивчення проблематики та методології прийняття управлінських рішень в технології сучасного менеджменту та визначення їх особливостей в підприємницьких організаційних структурах.

Розглянемо сучасне визначення сутності понять “рішення” та “управлінські рішення”. Сучасне класичне визначення поняття “рішення” – це вибір однієї з альтернатив. Сутність поняття “рішення” полягає в особливому баченні, сприйнятті ситуації індивідом, який вибирає для себе об'єктивно правильний варіант рішення, як особливої мислеформи, в тій чи іншій ситуації, яка склалася. Таким чином, сутність поняття “управлінські рішення” полягає в комбінуванні методів індивідуального та колективного способу прийняття управлінського рішення та ступенем відповідальності за отримані результати та наслідки.

Варто відзначити, що на процес формування рішення індивіда може впливати безліч факторів, однак до найголовніших можна віднести - особливий психологічний стан у процесі формування рішення та вибір однієї з можливих альтернатив, а також і набутий досвід в тій галузі знань, де необхідно вибрати і прийняти те чи інше рішення. Однак існують деякі особливості і відмінності при прийнятті управлінських в підприємницьких організаційних структурах. Розглянемо особливості управлінських рішень в підприємницьких організаційних структурах.

Визначимо місце управлінських рішень в циклі управління підприємством (рис. 1.).

В межах циклів управління виділимо три рівня управлінських рішень. До першого рівня (інституційного) віднесемо стратегічні управлінські рішення, які націлені на планування і розробку стратегії підприємства. Розробниками та генераторами ідей на даному рівні є топ-менеджери. Основною ціллю даних рішень є забезпечення розвитку

підприємницької організаційної структури в майбутньому та дотримання місії даного підприємства. Другий рівень (управлінський рівень) включає в себе дві групи управлінських рішень, а саме стратегічні управлінські рішення в поєднанні з тактичними управлінськими рішеннями і б) тактичні управлінські рішення. На даному рівні управлінські рішення розробляються та приймаються менеджерами середнього рівня. Третій рівень (технічний рівень) – це тактичні управлінські рішення в поєднанні з оперативним управлінськими рішеннями і оперативні управлінські рішення. Опікуються на даному рівні управлінськими рішеннями менеджери низового рівня, тобто дані рішення мають оперативний характер та потребують швидких дій з боку керівництва.

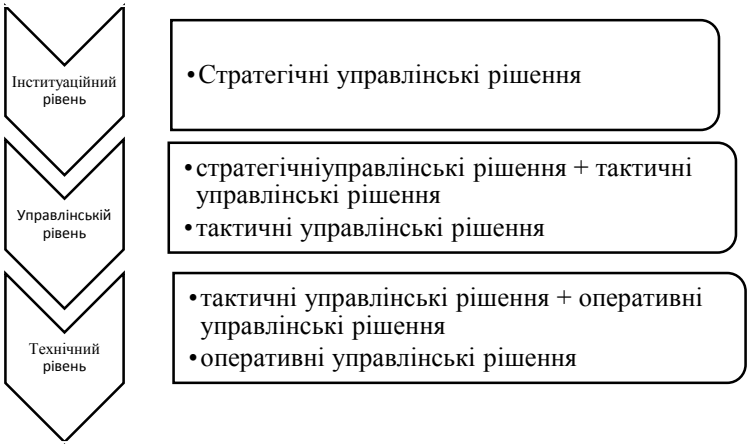


Рис. 1. Управлінські рішення в межах циклів управління підприємством
Джерело: власні дослідження.

Таким чином, процес формування прийняття управлінського рішення є складним творчим процесом, який має інформаційно охоплювати всі ієрархічні рівні управління підприємством, а також враховувати інтереси і можливості потенційних виконавців даного рішення, включаючи операційний персонал. Вирішальну роль в технології менеджменту управлінських рішень відіграє людський фактор і здатність їх до здійснення комунікації. Отже, ефективність розробки та прийняття управлінських рішень в технології менеджменту буде залежати від вдалого комбінування аналітичних, технічних методів та інтуїції всіх задіяних в даному процесі.

Список використаної літератури

1. Козаченко В.Г. Технологізація управлінської діяльності: зміст та призначення. *Економіка і регіон.* 2016, № 3 (58). ПолтНТУ. С. 37-40.
2. Мескон М., Альбер М., Хедоурі Ф. Основы менеджмента, 3-е издание: Пер.с англ. М.: ООО "И.Д. Вильямс", 2006. 672 с.
3. Менеджмент по нотам: Технология построения эффективных компаний. Под ред. Л. Ю. Григорьева. М.: Альпина Паблишерз, 2010. 692 с.
4. Саймон Г.А. Адміністративна поведінка: Дослідження процесів прийняття рішень в організаціях, що виконують адміністративні функції. Пер. з англ. вид. Вид. переробл. і допов. числен. заув. авт. К.: АртЕк, 2001. 392 с.

УДК 65.011.1

Остапчук Т.П., д.е.н, доц.,
в.о. завідувача кафедри
менеджменту і підприємництва,
Державний університет «Житомирська політехніка»

РОЗВИТОК КОНЦЕПЦІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕСУ: СУЧАСНІ ТРЕНДИ БІЗНЕС-МОДЕЛЕЙ

В сучасних умовах господарювання головним фактором успіху стає правильне визначення актуальної для підприємства бізнес-моделі. Успішні інноваційні продукти вже не є гарантом успіху на ринку, і тільки комплексна інноваційна діяльність, яка переходить на рівень перманентного моніторингу адекватності бізнес-моделі мінливим умовам, і проектування її поліпшеної версії є визначальним фактором успіху в регіональній і міжнародній конкуренції.

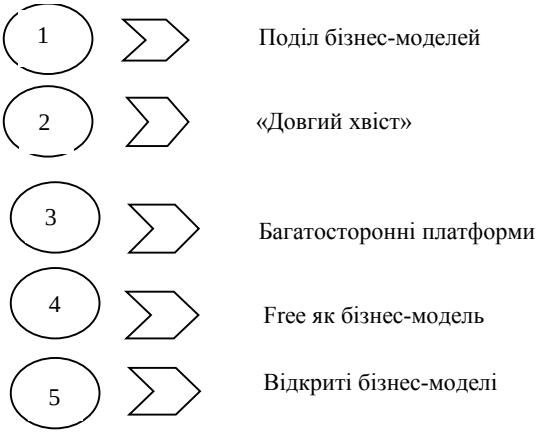
Проектування бізнес-моделі як інструмент стратегічного та інноваційного управління з'явився порівняно недавно. Перші кроки в напряму моделювання бізнесу були зроблені в 70-х роках, коли у відповідь на потреби в управлінні великомасштабними проектами з'явилася методологія структурного аналізу і проектування систем SADT (Structured Analysis and Design Technique). Вона була розроблена американцем Дугласом Россом (D. Ross) в 1973 р. У 80-х роках даний напрям розвивався на основі окремого напряму программотехніки CASE-технологій (Computer-Aided Software / System Engineering)[1]. Потім програми, призначені для вирішення організаційних питань

управління або бізнес-моделювання, виділили в окремий клас, який на західному ринку отримав назву «BMS» (Business Modeling Software).

Проведений аналіз наукової літератури свідчить про те, що автори розуміють поняття «бізнес-модель» по-різному, а самі дослідження ведуться в декількох напрямах. В межах першого напряму дослідники використовують бізнес-модель як якесь абстрактне поняття, щоб в найзагальнішому вигляді охарактеризувати спосіб створення, продажу і поставки цінності клієнтам, на основі якого компанія робить бізнес [5, 7, 8]. Для другого напряму характерний акцент, перш за все, на концепцію бізнесу [2]. Такий підхід дозволяє дослідникам подолати складність досліджуваного об'єкта і звести її до рівня, прийнятного для сприйняття і розуміння, що сприяє виділенню і розгляду основних елементів бізнес-моделі, а також відносин між ними, які в узагальненому вигляді характеризують бізнес компанії. Для третього напряму досліджень характерним є розгляд конкретних ситуацій і аналіз бізнес-моделей реальних успішних компаній.

Класифікації бізнес-моделей пропонуються широким колом авторів. В основу класифікацій покладені класифікаційні ознаки, які сильно відрізняються одна від одної, починаючи від каналів поширення і системи виробництва і закінчуючи галузевими концептуальними особливостями. Класифікація, запропонована А. Остервальдером і І. Піньє [4], є виділенням сучасних бізнес-моделей. Ця класифікація інтегрувала як концептуальний підхід, так і процес створення цінності для клієнтів, партнерів і акціонерів компаній (рис. 1).

Класифікація сучасних бізнес-моделей за А. Остервальдером та І. Пінье



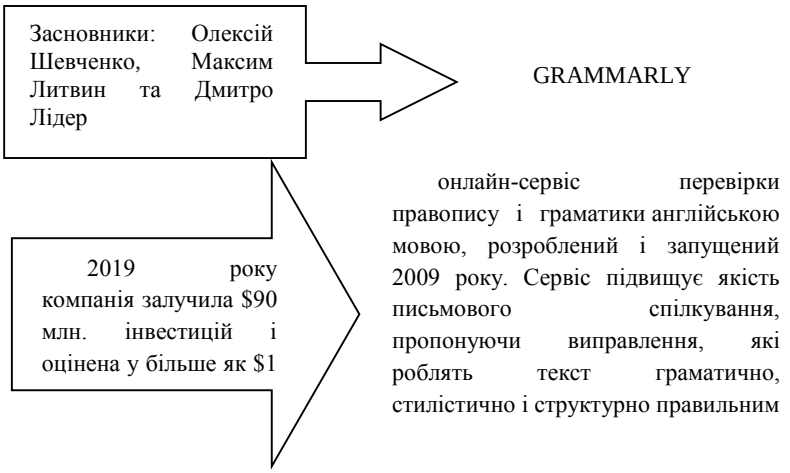
Перший класифікаційний напрям «Поділ бізнес-моделей» передбачає поділ бізнес-моделі з метою формування більш ефективно функціонуючих окремих підрозділів або окремих компаній. Як приклад для даного виду можна виділити компанію Zara, яка сформувала в окремі бізнес напрями виробництво одягу і товарів для дому. Друга класифікаційна група бізнес-моделей «Довгий хвіст» базується на тому, що компанії концентруються на залученні великої кількості покупців нішевих товарів тобто товарів окремих сегментів ринку. На основі цього принципу розвиваються спеціалізовані платформи, такі як форум молодих мам Sibmama, який трансформувався в площадку для покупки-продажу дитячих речей, і потім вже для реалізації широкого спектру споживчих товарів. Третій напрям – це «Багатосторонні платформи», сутність якого полягає в тому, що ці бізнес-моделі представляють інтерес для клієнтів, що приносять дохід компанії тільки тоді, коли цінністю користується широке коло потенційних клієнтів даних компаній. Так, компанія Coursera використовує проект в сфері масового онлайн освіти, який дозволяє всім користувачам Інтернет-ресурсів освоювати різні курси і дисципліни за матеріалами провідних викладачів світу. Четверта класифікаційна група – це «Free як бізнес-модель». В цих бізнес-моделях принаймні один значимий споживчий сегмент може протягом тривалого часу отримувати вигоду від безкоштовного пропозиції. Компанії Alawar, Blizzard, Entertainment і ін. в основі бізнес-моделей конкретних ігрових напрямів закладали наступне рішення: гра поширюється безкоштовно, але для отримання більшої кількості ресурсів і можливостей користувач доплачує самостійно. П'ятий напрям – це «Відкриті платформи».У відкритих бізнес-моделях створення і збереження цінності відбувається за рахунок співпраці із зовнішніми партнерами. Ці бізнес-моделі використовуються великими корпораціями для стрибкоподібних змін результативності власної інноваційної діяльності.

Але останніх часом спостерігається процес диверсифікації бізнес-портфелей. Так, два найбільших Інтернет-гіганта Amazon і AliBaba виросли до рівня величезних компаній використовуючи різні бізнес-моделі. Однак ці компанії, не дивлячись на лідируючі позиції в своїх регіонах, знаходяться в постійному пошуку нових, більш ефективних рішень для існуючих бізнес-моделей і перспективних напрямів. Так, компанія Amazon перейшла з бізнес-моделі «Продавати все, перевозити якомога менше» на модель «продавати все, перевозити якомога більше» [3]. Фокус бізнес-моделі змістився в сторону чудової доставки і ефективної логістики.

Серед сучасних трендів бізнес-моделей сьогодні досить

популярними є ризик-орієнтовані бізнес-моделі – стартапи. Стартап - це завжди прагнення запропонувати клієнту нове і цікаве рішення проблеми, тому стартап - це завжди, в першу чергу, творче та інноваційне починання. Відомою є розроблена і представлена Стівеном Бланком в книзі «Чотири кроки до осяяння» [6] модель стартапів, що заснована на розумінні потреб клієнтів компанії. Ця модель описує чотири етапи, протягом яких стартап перетворюється в стабільну компанію (рис. 2).

Сьогодні самим успішним стартапом, який є в Україні та який приніс рекордну суму інвестицій, виступає стартап Grammarly.



Таким чином, в сучасних умовах господарювання, коли постійно з'являються нові технології, змінюються споживчі вподобання та вимоги до ресурсів, необхідно формувати нові соціальні тренди бізнес-моделей. Цей напрям є фундаментальним для розвитку концепції управління будь-яким процесом моделювання бізнесу та може бути покладений в основу подальших досліджень.

Список використаних літературних джерел

1. Горевая Е.С. Управление бизнес-моделью: становление концепции и современные тренды // Российское предпринимательство. - 2016. - Т. 17. - № 16. - С. 1925-1944

2. Дебелак Д. Бизнес-модели: Принципы создания процветающей организации. - М: ИД «Гребенников», 2009. - 256 с.

3. Нетесин С., Гиротра К. Почему Amazon регулярно пересматривает свою бизнесмодель URL:http://hbrrussia.ru/upravlenie/strategiya/p13936/#ixzz4HMDzFYdw

4. Остервальдер А., Пинье И. Построение бизнес-моделей. - М: Альпина Паблишер, 2013. - 288 с.

5. Чан Ким У., Моборн Р. Стратегия голубого океана. - М: Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 304 с.

6. Blank S. The Four Steps to the Epiphany. Successful Strategies for Products that Win. - 2006. URL: https://web.stanford.edu/group/e145/cgi-bin/winter/drupal/upload/handouts/Four_Steps.pdf

7. Hamel G., Prahalad K. Competing for the Future. - Boston: Harvard Business Review Press,1996. - 384 p.

8. Linder J., Cantrell S. Changing Business Models: Surveying the Landscape // Shanghai University of Finance and Economics. 2000. URL: http://course.shufe.edu.cn/jpkc/
zhanlue/upfiles/edit/201002/20100224120954.pdf

УДК 658

Речич В.С., Речич О.І., Шкуропата О.Л.
магістранти, гр. ЗПВ-18м, ФБСО
Науковий керівник: Валінкевич Н.В., д.е.н. проф.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА

Зовнішнє середовище підприємства являє собою центральне джерело надходження ресурсів, які необхідні для його функціонування та виробництва продукції. В даних умовах з метою забезпечення високої конкурентоспроможності та граничного рівня прибутковості на ринку набуває першочерговості питання визначення головних діючих факторів, які саме формують модернізацію. Тому, зрозуміло - наскільки пунктуально визначить підприємство для себе ці фактори та направлення, настільки результативним буде процес раціонального управління та прогнозування господарських операцій, впровадження дематеріалізації. Ми вище систематизували фактори на дві групи, де сформулювали наступні позиції:

- середовище прямої дії формує суб'єкти впливу на діяльність конкретних підприємств. Якщо розглядати з точки зору системного підходу, то підприємство це механізм перетворень «входу у вихід»: на вводі ресурсів (капітал, робоча сила, матеріали, обладнання, енергія) стають їх постачальники.
- середовище опосередкованого впливу – економіка, політика, природне середовище, науково-технічний прогрес, соціально-культурне середовище. Економічна ситуація в країні формується, звісно, під впливом політичних поглядів та факторів.

Розглянувши рисунок констатуємо, що все різноманіття зовнішніх чинників знаходить віддзеркалення у споживачі і через нього впливає на цілі та стратегію підприємства. Вплив на суб'єкта господарювання такого фактора, як конкуренція незаперечно. Підприємства ведуть

конкурентну боротьбу за матеріали, трудові ресурси, капітал і право використовувати певні технічні нововведення як і за окремого споживача. Необхідність задоволення вимог покупців впливає на співпрацю з постачальниками матеріалів і трудових ресурсів. Наступний елемент – інфраструктура - являє собою частину організованого середовища, яка забезпечує необхідними для звичайного функціонування трудовими, фінансовими, інформаційними та іншими послугами саме підприємства. Функція держави в зовнішній діловій галузі зводиться до розробки і прийнятті законів та нормативних актів, що встановлюють правову базу і регламентують діяльність підприємств харчової промисловості, ухвалення рішень про розміщення державних замовлень та їх ресурсному забезпеченні, в представленні рівних можливостей для всіх суб'єктів ринку. Політична складова макрооточення дозволяє одержати чітке уявлення про ключові напрями державної політики та методах її здійснення.

Детальне вивчення та аналіз питання дематеріалізації виробництва показав позитивні наслідки її використання на підприємствах харчової промисловості завдяки прогнозованому покращенню якості кінцевої продукції при застосуванні організаційно-економічної модернізації. Взявши до уваги ці аргументи вважаємо, що дематеріалізація повинна бути зосереджена на відстеженні коефіцієнту використання матеріалів та, безумовно, енергії в процесі виробництва та споживання, обліку потреб. Варто приділити серйозну увагу проблемі підвищення ефективності виробничого використання найважливіших ресурсів підприємств та інтерналізації витрат з метою підвищення економічної ефективності функціонування суб'єктів господарювання. Як наслідок, виграш і користь від дематеріалізації як домінуючого інструменту модернізації виробництва, є очевидним. Тому, результативне управління розвитком економіки немислиме без використання узгодженого підходу до вдосконалення її управління на різноманітних рівнях, що включає багатоаспектність розглянутого процесу, вибір адекватних методів дослідження і регулювання глибинних соціально-економічних процесів. В обставинах подорожчання ресурсів належить виробити нові управлінські підходи, які націлені на відновлення ресурсного потенціалу регіонів з їх орієнтацією на траєкторію стійкого економічного зростання і підвищення якості життя населення країни. Ґрунтовні зміни в соціально-економічному середовищі господарської діяльності промислових підприємств, пов'язані з переходом підприємств на ринкові відносини, спричинили гостру необхідність розробки рівнозначних заходів, націлених на забезпечення підприємств найменшими втратами при функціонування в умовах інноваційної

економіки. Надана свобода у виборі організаційно-правових форм і форм внутрішнього устрою підприємств збудувала перед ними комплекс взаємопов'язаних проблем і питань розвитку організаційно-економічного механізму управління, якого и вимагає процес дематеріалізації підприємств. Тому, метою господарювання підприємств є визначення мотиваційних та фінансових механізмів реалізації дематеріалізації, деталізація та розвиток даного процесу у складі бізнес-моделі з врахуванням таких її складових, як екологізація, енергозбереження, ресурсозбереження, зниження матеріаломісткості виробництва.

Потужне та стрімке економічне й демографічне зростання у XX столітті було обумовлене суттєвим збільшенням видобутку та споживання природних ресурсів Землі, що призвело до значної деградації навколишнього середовища. Однак, як ми бачимо, глобальне економічне зростання перевищило темпи споживання природних ресурсів і деякі негативні наслідки «відступили», а інші зменшились. Нам складається враження, що в світовій економіці відбувся процес дематеріалізації. Саме тому, на нашу думку, є необхідним формування та розвиток бізнес-моделі підприємства на засадах функціональної моделі (виробничої та ринкової).

Двадцять перше століття цілком закономірно характеризується загальною об'єктивною тенденцією для розвинених країн - дематеріалізація суспільного виробництва. Як ми бачимо, чітка перспектива переходу до такого типу економічного розвитку очевидна - задоволення виробничих і особистих потреб людей зможе здійснюватися при використанні менших обсягів матеріальних ресурсів для створюваного продукту. Необхідно розуміти, що головна орієнтація економічного розвитку підприємств неухильно змінюється у напрямку, коли кінцеві цілі досягаються не лише за рахунок нарощування економічного потенціалу, а на основі підвищення всіх показників ефективності господарювання без істотного залучення додаткових ресурсів.

Останнім часом у світі зміна ролі матеріальних факторів виробництва більш чітко простежується на прикладі принципово нової якості економічного зростання підприємств. В останні роки організаційно-економічна модернізація дозволяє нарощувати виробництво матеріальних благ не збільшуючи споживання енергії і сировини, не застосовуючи додаткової робочої сили. Основою такого розвитку підприємств стають модернізаційні процеси - значне зростання продуктивності та підвищення ефективності виробництва. Тому, зазначене дозволяє зробити висновок, що однією з головних

особливостей сучасної економіки є прискорення дематеріалізації виробництва, яка проявляється у зменшенні матеріало- та енергоємності. Процес представляє собою об'єктивний базис формування сучасного постіндустріального суспільства, найважливіший фактор конкурентоспроможності суб'єкта господарювання. У подібній ситуації домінування організаційно-економічної модернізації підприємств харчової промисловості стає абсолютно очевидним і невідворотним.

Суперечливість світових економічних процесів в умовах глобалізації та стрімкий розвиток інформаційного суспільства безпосередньо впливають на господарську діяльність вітчизняних підприємств. Насичення ринкового конкурентного середовища підштовхує суб'єктів господарювання до пошуку різноманітних можливостей підвищення та зміцнення їх конкурентоспроможності. Таке прагнення, перш за все, відображається у збільшенні асортименту та номенклатури продуктів харчування, зростанню матеріальних витрат, що витрачені на виготовлення одиниці продукції. Тому, є всі підстави стверджувати, що дематеріалізація дедалі стає все актуальнішою на теренах України. В свою чергу процес організаційно-економічної модернізації підприємств галузі виступає інструментом дематеріалізаційних зрушень у контексті сталого розвитку економіки. Таким чином, на наше переконання, настав час для впровадження дематеріалізації, оцінка якої потребує комплексного підходу до переусвідомлення всього циклу виробництва. Отже, предметом нашого вивчення та аналізу буде, перш за все, процес модернізації за умов зниження матеріаломісткості продукції на підприємствах.

УДК 339. 15:330. 341. 1

Рондова М.А., студентка
Науковий керівник: Сірко А. Ю.,
асистент кафедри фінансів,
банківської справи та страхування
Дніпровский державний аграрно-економічний університет

ОЦІНКА БІЗНЕСУ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

У ринкових умовах кожен суб'єкт господарювання повинен моделювати, оцінювати та контролювати свою економічну стійкість. Забезпечення повного та ефективного управління підприємством

здійснюється за допомогою стійкого функціонування його бізнесу.

Сучасне господарське середовище характеризується такими ознаками:

– загострення конкуренції між національними та іноземними виробниками;

– поява нових видів ризиків у підприємницькій діяльності, які мають не лише економічну, а й соціальну та політичну природу;

– періодичні коливання фінансових ринків, що змінюють швидкість і напрями руху капіталу.

В таких мінливих умовах особливо актуальним є забезпечення ефективного функціонування господарюючих суб'єктів, підтвердженням якого є збільшення ринкової вартості підприємства, що стає можливим завдяки формуванню його конкурентоспроможної моделі бізнесу [1].

Уміння управляти вартістю підприємства дозволяє приймати більш успішні управлінські рішення, найбільш ефективно перерозподіляти грошові потоки. Оцінка та управління вартістю є одними з найважливіших інструментів ефективного ведення бізнесу і є незамінними при прийнятті будь-яких рішень. Завдання управління вартістю, як базового методу забезпечення стратегічної конкурентоспроможності бізнесу, можна звести до наступного:

– базовою метою управління діяльністю підприємства на всіх рівнях його функціонування є підвищення вартості в інтересах власників та інших зацікавлених осіб;

– ключовим джерелом вартості є грошовий потік підприємства, який може генерувати сьогодні і зможе генерувати в майбутньому;

– приріст вартості підприємства і кожного окремо взятого підрозділу є найважливішим критерієм ефективності керівництва на всіх рівнях [4].

При цьому слід мати на увазі наявність відомих конфліктів інтересів між основними учасниками процесу функціонування підприємства - власниками, менеджерами, персоналом, податковими органами та споживачами. Тому при управлінні вартістю необхідно виходити з встановлених принципів оцінки:

1. Орієнтованість на результат. Проведення оцінки вартості повинна переслідувати конкретну мету, а результати даного дослідження повинні носити практичний характер

2. Збалансованість інтересів усіх учасників на підприємстві. При проведенні оцінки вартості важливо брати до уваги той факт, що власники, інвестори, конкуренти мають власні інтереси у функціонуванні підприємства, а відповідно і в оцінці його вартості.

3. Комплексність оцінки. Однією з основних проблем оцінки вартості бізнесу є різноманіття методів оцінки. Недоліком традиційних підходів до оцінки вартості бізнесу є те, що при використанні кожного з них можна оцінити лише один аспект функціонування підприємства - або величину грошового потоку, або величину чистих активів, або величину ринкових мультиплікаторів. Тому комплексна оцінка вартості бізнесу повинна включати в себе елементи декількох методів і моделей, забезпечуючи тим самим адаптацію процесу оцінки вартості до існуючих умов функціонування підприємств

4. Орієнтація на ефективність. Застосування основних принципів управління бізнесом передбачає рішення задач у багатьох сферах діяльності підприємства [2].

Для збереження конкурентоспроможності підприємства його керівництво повинно прагнути до того, щоб усі процеси, які відбуваються у внутрішньому і зовнішньому середовищі підприємства, були ефективними з погляду створення споживчої цінності. Тобто реалізація усіх процесів підприємства має забезпечувати створення товарів (продукції, послуг), які б приваблювали покупців, та мали для них споживчу цінність.

За для забезпечення конкурентоспроможності та високої ефективності процесів на підприємстві, створюються відповідні бізнес-моделі. Вони можуть стосуватися певного продукту або послуги(групи продуктів/послуг), підприємства в цілому або групи підприємств/холдингу. Кожна бізнес-модель повинна давати характеристику основоположних аспектів бізнесу будь-якого підприємства. Наприклад, виробнича модель направлена на виробництво максимальної кількості продукції., ринкова - має на меті ефективне пристосування підприємства до потреб конкретного ринку, маркетингова - направляє вектор основних зусиль на формування діяльності суб'єкта господарюванні відповідно до вимог ринку та споживачів тощо [3].

Отже, в сучасному висококонкурентному середовищі здатність підприємств до тривалого функціонування залежить саме від того, наскільки продуманими є проведення комплексної оцінки діяльності підприємства для ефективного управління бізнесом. Однак висока мінливість споживчих потреб вимагає від підприємців постійного вдосконалення ведення бізнесу для утримання лояльності споживачів. Необхідним є забезпечення ефективного управління підприємством. Це може відбуватися як у розрізі здійснюваних бізнес процесів, так і у способах взаємодії з партнерами. Визначена система управління повинна мати найбільшу споживчу цінність, відповідати стратегічним

цілям діяльності підприємства, бути нерозривно пов'язаною з оцінкою бізнесу і окремих його елементів, та перебувати під постійним контролем менеджменту для забезпечення її бездоганного виконання.

Список літератури:

1. Бойчик І.М Економіка підприємства: підручник. К.: Кондор - Видавництво, 2016. 378 с.
2. Доброва Н. В., Осипова М.М. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса, 2018. 305 с
3. Дмитрієв І.А., Шевченко І.Ю.Економіка підприємства: навчальний посібник для практичних занять і самостійної роботи студентів вищих навчальних закладів. Х.: ХНАДУ, 2018. 292 с.
4. Сардак С.Е. Управління розвитком бізнесу в умовах глобалізації економіки. *Європейський вектор економічного розвитку*. 2009. С. 154—159.

УДК 330

Руснак О.В., студентка
Науковий керівник: Фролова Л. В., д.е.н., проф.
Одеський Національний Політехнічний університет

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЯК МЕХАНІЗМ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В наш час, всі підприємства, що функціонують прагнуть вдосконалення. Одним з механізмів розвитку підприємства є диверсифікація. Розглядаючи диверсифікацію, як спосіб розвитку підприємства, можна визначити, що вона полягає в освоєнні виробництва нових товарів, товарних ринків, а також видів послуг, що включає не просто диверсифікацію товарних груп, але й розповсюдження підприємницької діяльності на нові та не пов'язані з основними видами діяльності фірми [2]. Таким чином, диверсифікація означає (переважно) вихід за межі основного бізнесу, яким підприємство займалось досі, проникнення в нові галузі та сфери економіки. Вона може здійснюватися через створення нового підприємства, що в результаті призведе до переходу від односторонньої виробничої структури (спеціалізації) до багатопрофільного виробництва.

Аналіз діяльності ПАТ «Одескабель» показав, що. після розпаду Радянського Союзу воно перейшло на новітнє обладнання. З розвитком

всесвітньої мережі Інтернет почали розширювати обсяг та асортимент продукції, зокрема подвоїли виробництво та реалізацію цифрових та LAN-кабелів [1]. За роки існування у підприємства сформувалась гарна репутація не лише на тренах України. Але підприємство шукає нові напрями діяльності. Проведений аналіз шляхів розвитку підприємства дозволив запропонувати ПАТ «Одескабель» побудувати логістичну компанію, це буде сприяти пришвидшенню доставки до підприємств, що зацікавлені продукцією ПАТ «Одескабель»; отриманню прибутку не лише від виробництва, й від транспортування; пропонуванню логістичних послуг іншим підприємствам; підвищенню використання власної території, яка не зайнята виробництвом; підвищенню конкурентоспроможності підприємства.

Виходячи з того, що розрізняють шість стратегій диверсифікації: стратегія входження в нову галузь – поглинання, створення нової компанії, спільного підприємства; стратегія диверсифікації в родинні (пов'язані) галузі; стратегія диверсифікації в неспоріднені (незв'язані) галузі; стратегія згортання і ліквідації бізнесу; стратегія реструктурування, відновлення та економії; стратегія транснаціональної диверсифікації, для ПАТ «Одескабель» пропонується використовувати стратегію диверсифікації в неспоріднені галузі. Така стратегія має низку переваг: дозволяє розподілити фінансові ризики з багатьох напрямків, інвестувати будь-яке вигідне з точки зору рентабельності підприємство і стабілізувати свої доходи за рахунок різної циклічності розвитку галузей.

Завданням менеджерів підприємства при використанні незв'язаної диверсифікації є визначення підприємств, які слід включити до складу основного підприємства, а які виключити. Аналіз показав, що основними конкурентами ПАТ «Одескабель» є: ПАТ «Азовкабель», ТОВ «Азовська кабельна компанія, ПАТ «Південкабель», ТОВ «Кабельний завод». Всі підприємства є лише виробниками кабельної продукції, своєї логістичної компанії в них не має. Ці підприємства є розвиваючими, мають новітнє обладнання та масштабне виробництво, транспортують продукцію в країни СНД. В середньому 20 -35% по підприємствах складає експорт. З розвитком свого логістичного підприємства експорт може значно зрости і ПАТ «Одескабель» буде мати ще більше переваг над конкурентами.

Площа підприємства дозволяє створити спеціальні будови для транспорту. Доцільно починати з транспортування продукції на території України. Саме українські підприємства є основними замовниками продукції «Одескабль» (78%). До цих підприємств належать: ТОВ «Епіцентр К», ПрАТ «Електроремонтний завод, СП

ТОВ «КЕРОС-КИЇВ», ТОВ «ЕП СТАР», ПАТ «Укртелеком», ТОВ «ВИРОБНИЧО-КОМЕРЦІЙНЕ ПІДПРИЄМСТВО «ЕНЕРГОСПЕЦМОНТАЖ», ТОВ «Неолождик», ТОВ «ВАГО ТЕЛЕКОМ, ПрАТ «Зв'язок вугольної промисловості», ТОВ «Технологія», ТОВ «НЕТ ЛАЙН», ПАТ «НОВА ЛІНІЯ», ТОВ «Ексон-Еліт», ТОВ «Телесвіт», ТОВ «НВП «ЕЛЕТЕР», TALAT FIRM, ТОВ «НВК» «РОМСАТ», ТОВ «ОТ ТЕХНОЛОГІЇ», «BSC ELCABEL INC», ТОВ «ДІПНЕТ Україна» та інші [3].

Вже сьогодні поставки на ці підприємства сягають декілька мільйонів гривень, тому для ефективної роботи логістичної компанії необхідно складати план-графік поставки продукції. Відповідно укладених договорів, кожне підприємство-замовник буде отримувати продукцію по плану-графіку. Таким чином, ПАТ «Одескабель» отримає ще й складські приміщення, де раніше зберігались не доставлені товари; пришвидше термін доставки, адже від строку замовлення залежить і швидкість його виконання.

Проведені розрахунки показали, що необхідні інвестиції для закупівлі спецтехніки, на реєстрацію нового логістичного підприємства, найм кваліфікованого та адміністративного персоналу, побудову приміщення для техніки, рекламу. У ПАТ «Одескабель» вже є служба логістики (адміністративний персонал), яка займається домовленостями про поставки продукції. Їй потрібно додати функції щодо підписання угод про поставку продукції логістичним підприємством.

Отже, можна зробити висновок: диверсифікація діяльності підприємства полягає у створенні різноманітності бізнесу підприємства шляхом входження підприємства на нові сектори ринку. Все більш очевидним стає те, що головною характерною рисою нових систем внутрішньофірмового управління повинна стати орієнтація на довгострокову перспективу, проведення фундаментальних досліджень, диверсифікацію операцій, інноваційну діяльність, максимальне використання творчої активності персоналу. Децентралізація, скорочення рівнів в апараті управління, просування працівників та їх оплата в залежності від реальних результатів стануть основними напрямами змін в апараті управління. Аналіз стратегії підприємства охоплює всі функції і підрозділи: постачання, виробництво, фінанси, маркетинг, кадри, наукові дослідження і розробки. Кожному визначена певна роль у цьому аналізі. Нові дії та підходи покажуть можливі шляхи зміни і перетворення поточної стратегії

Список літератури:

1. Говоруха Ж.А. Питання розвитку інноваційної діяльності України // Актуальні проблеми економіки. – 2017. – № 8. – С. 107–115. 2. Економіка підприємства в умовах ринкових перетворень: Монографія / За заг. ред. О.Г. Янкового. – Одеса: Атлант, 2016. – 390 с. 3. Єрмошенко М.М. Проблеми державного регулювання інноваційного розвитку підприємств і шляхи їх розв'язання // Актуальні проблеми економіки. – 2016. – № 3. – С. 45–55.Швайка Л. А.
2. Планування діяльності підприємства : навчальний посібник. — Львів : Магнолія плюс, 2017. — С. 47-51
3. Електронний ресурс: https://www.stockworld.com.ua/ru/analytics/emitent/template/4123/106
4. Електронний ресурс: https://mebly.net/yak-vidkriti-transportnu-kompaniyu-z-nulya.html.

УДК 658.81

Толочко М.С., магістрант, гр. ЗМО-18-2М, ФБСО
Пащенко О. П., к.е.н., доц., кафедри
менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

НОРМАТИВНО-ПРАВОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Здійснення збутової діяльності у значній мірі регламентується законодавчими і нормативними актами. Без такої регламентації неможливим є створення єдиної загальної системи правил та норм здійснення цивілізованої торгівлі. Окрім того, ринкові умови функціонування економіки є непостійними, динамічними, такими що постійно змінюються, що ставить перед сучасними підприємствами нові вимоги у сфері створення і задоволення потреб споживачів, а також пошуку легальних способів збільшення обсягів продажу та задоволення потреб покупців.

Основним нормативно-правовим актом, що регулює здійснення збутової діяльності в Україні, є Господарський кодекс (скорочено – ГК).

Згідно зі ст. 263 ГК, збутова діяльність підприємства є формою господарсько-торговельної діяльності (діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання у сфері товарного обігу, спрямована на реалізацію продукції виробничо-технічного призначення і виробів народного споживання, а також допоміжна діяльність, яка забезпечує їх

реалізацію шляхом надання відповідних послуг).

У ч. 2 ст. 263 ГК зазначено, що збутова діяльність виробленої продукції може здійснюватися як у межах країни (внутрішня торгівля), так і за її межами (експорт продукції – зовнішня торгівля).

Відповідно до ч. 1 ст. 264 ГК збут продукції виробничо-технічного призначення як власного виробництва, так і придбаних у інших суб'єктів господарювання, здійснюються суб'єктами господарювання шляхом поставки, а у випадках, передбачених ГК, також на основі договорів купівлі-продажу.

Основні вимоги до укладення та виконання договорів поставки, а також вимоги до якості поставленої продукції споживачам викладені у ст. 265-270 ГК. Оскільки у процесі збуту можуть брати участь посередники (агенти), то необхідним є правове регулювання їх діяльності.

Згідно зі ст. 296 ГК агентські відносини виникають у разі: надання суб'єктом господарювання на підставі договору повноважень комерційному агентові на вчинення відповідних дій; схвалення суб'єктом господарювання, якого представляє комерційний агент, угоди, укладеної в інтересах цього суб'єкта агентом без повноваження на її укладення або з перевищенням наданого йому повноваження.

Згідно зі ч. 1 ст. 305 ГК, відносини, що виникають при здійсненні комерційного посередництва (агентської діяльності) у сфері господарювання, регулюються Господарським кодексом, іншими прийнятими відповідно до нього нормативно-правовими актами, що визначають особливості комерційного посередництва в окремих галузях господарювання. Крім того, відповідно до ч. 2 ст. 305 ГК, у частині, не врегульованій нормативно-правовими актами, зазначеними у цій статті, до агентських відносин можуть застосовуватися положення Цивільного кодексу України, якими регулюються відносини доручення.

Агентська діяльність та умови заключення агентського договору регулюються ст. 295-304 ГК. У процесі збуту продукції, підприємство може використовувати різні методи просування виробленої продукції на ринок. У такому випадку підприємство може зіштовхнутися з недобросовісною конкуренцією.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», недобросовісною конкуренцією є будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності. Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції» містить правові засади про захист від недобросовісної конкуренції, а також відповідальність за неї. У ст. 21 цього Закону зазначено, що вчинення суб'єктами господарювання дій

недобросовісної конкуренції тягне за собою накладення штрафу у розмірі до п'яти відсотків доходу від реалізації продукції суб'єкта господарювання за останній звітний рік.

Контроль за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції здійснює Антимонопольний комітет України, повноваження якого викладено у Законі України «Про Антимонопольний комітет України». Згідно зі ст. 3 цього Закону основними завданнями Антимонопольного комітету є: контроль за концентрацією, узгодженими діями суб'єктів господарювання та регулювання цін на товари, що виробляються суб'єктами природних монополій; сприяння розвитку добросовісної конкуренції; методичне забезпечення застосування законодавства про захист економічної конкуренції; здійснення контролю щодо створення конкурентного середовища та захисту конкуренції у сфері державних закупівель.

Не менш важливим у регулюванні збутової діяльності підприємства є Податковий кодекс України. Особливість Податкового кодексу полягає в тому, що він регулює як внутрішню, так і зовнішню збутову діяльність. Податковий кодекс (скорочено – ПК) встановлює вимоги до відкриття та закриття рахунків для підприємств у банках та інших фінансових установах (ст. 69). Крім того, у ст. 180-211 ПК викладені умови нарахування податку на додану вартість, котрий включається в ціну продукції, а ціна, у свою чергу, відіграє вирішальну роль у пошуці покупців. Це стосується внутрішньої торгівлі. Варто зазначити, що у ст. 206 ПК зазначені особливості оподаткування операцій під час переміщення товарів через митний кордон України залежно від обраного митного режиму. Положення цієї статті безпосередньо стосуються експорту продукції, тобто зовнішньої торгівлі.

Однією з правових засад регулювання збутової діяльності підприємства можна вважати також правила Інкотермс-2010. Інкотермс-2010 – це міжнародні правила, що визнані урядовими органами, юридичними компаніями та комерсантами у всьому світі як тлумачення найбільш застосовуваних в міжнародній торгівлі термінів. Сфера діяльності Інкотермс-2010 розповсюджується на права та зобов’язання сторін договору купівлі-продажу відносно доставки товарів (умови поставки товарів). Кожний термін Інкотермс-2010 є абревіатурою з трьох букв.

Окрім зазначених нормативно-правових актів, на організацію та ефективність здійснення збутової діяльності в Україні впливають:

– закон України «Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини» від 06.09. 2005 р. № 2809-IV, який встановлює критерії до якості продукції. Продукція із порушенням зазначених у

законі норм не повинна надходити у продаж, навіть якщо вона користується попитом [6];

– законом України «Про захист від недобросовісної конкуренції» від 07.06.1996 № 236/96-ВР, який визначає правові засади захисту господарюючих суб'єктів (підприємців) і споживачів від недобросовісної конкуренції. Закон спрямований на встановлення, розвиток і забезпечення торгових та інших чесних звичаїв ведення конкуренції при здійсненні підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин [2];

– закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» від 16.07.1999 року № 996-XIV, який визначає загальні правила ведення обліку на підприємствах, та зокрема правила визначення доходів та витрат на збут, особливості їх обліку, формування фінансового результату [1];

– закон України «Про ціни та ціноутворення» від 21.06.2012 р., який визначає основні засади цінової політики і регулює відносини, що виникають у процесі формування, встановлення та застосування цін, а також здійснення державного контролю (нагляду) та спостереження у сфері ціноутворення [5];

– закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 р. №270/96-ВР, який регулює правові відносини, які виникають у процесі створення та поширення реклами в Україні [4];

– закон України «Про захист прав споживача» 12.05.1991 р. №1023-XII, який регулює відносини між споживачами товарів, робіт і послуг та виробниками і продавцями товарів, виконавцями робіт і надавачами послуг різних форм власності, встановлює права споживачів, а також визначає механізм їх захисту та основи реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів [3] та інші законодавчі акти.

Отже, проведене дослідження дало можливість проаналізувати правові аспекти здійснення збутової діяльності в Україні. Дослідження показало, що правове регулювання збутової діяльності здійснюється у двох напрямах, а саме: регулювання збутової діяльності на зовнішньому та на внутрішньому ринках.

Список використаної літератури:

7. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність [Електронний ресурс] : закон України: [прийнято Верховною Радою 16.07.1999 р. № 996-XIV]. – Режим доступу : http://portal.rada.gov.ua

8. Про захист від недобросовісної конкуренції: закон України від 07 червня 1996 року № 236/96-ВР [із змінами, внесеними від 03.10.2016]:

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/236/96-%D0%B2%D1%80

9. Про захист прав споживача: закон України від 12 травень 1991 року № 1023-XII [із змінами, внесеними від 01.01.2017]: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1023-12

10. Про рекламу: закон України від 03 липня 1996 № 270/96-ВР: [із змінами, внесеними від 28.12.2015]: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80

11. Про ціни та ціноутворення: Закон України від 21.06.2012 р. №5007-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http:// zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-вр

12. Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини [Електронний ресурс] : закон України: [прийнято Верховною Радою 06.09.2005 р. № 2809 - IV]. – Режим доступу : http://portal.rada.gov.ua

УДК 65.011:338.2(477)

Ткачук Г.Ю., к.е.н., доц., кафедра менеджменту і підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОЩАДНЕ ВИРОБНИЦТВО ЗАПОРУКА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Забезпечення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств на сучасному етапі потребує нових не традиційних підходів до її розуміння та здійснення. Як показує практичний досвід, господарювання у аграрній сфері вимагає сучасного погляду на організацію виробництва та управління, адже й досі характеризується високою трудомісткістю та матеріаломісткістю процесів, що супроводжуються високими та неефективними витратами, і, в свою чергу, підвищують ймовірність настання ризиків та небезпек. Підвищення ефективності та забезпечення економічної безпеки господарювання у сільському господарстві вбачається можливим завдяки впровадженню засад ощадного виробництва. Концепція ощадного виробництва базується на скороченні витрат, які не створюють цінності для споживача, а лише удорожчують кінцевий продукт.

Концепція ощадного виробництва базується на поняттях бізнес-моделі діяльності підприємства, а саме на тій її частині, яка вивчає

бізнес-процеси підприємства: основні, допоміжні та обслуговуючі, з точки зору їх ролі у створенні додаткової вартості, яка визначається споживчою цінністю.

Розуміння суті концепції ощадного виробництва дає можливість імплементації його, якщо не на весь процес сільськогосподарського виробництва, то хоча б охопити такий важливий напрям як ощадлива логістика (LEAN-логістика). Таким чином, управління ланцюгами постачань підвищить ефективність виробничого процесу. Звернемо увагу на те, що ощадливу логістику не слід ототожнювати із «зеленими ланцюгами» постачання. Останні фокусують увагу на охороні зовнішнього середовища шляхом максимального використання або переробки (ліквідації) відходів. Ощадлива ж логістика концентрується на скороченні витрат та задоволенні вимог споживачів, підвищуючи ефективність сільськогосподарського виробництва за рахунок збільшення доданої вартості.

Впровадження ощадливої логістики спрямоване на оптимізацію процесів всього ланцюга постачання з метою його спрощення, скорочення втрат та процесів, які не створюють вартості [2]. Іншими словами, оптимізація процесів та прискорення їх виконання призведе до зменшення витрат та ефективності виробничої системи.

Розглянемо Lean концепцію на прикладі молочної ферми. Цінністю на фермі виступає кінцевий продукт, якщо реалізується споживачу, або перехідний продукт (напівфабрикат), який використовується у наступному етапі виробництва.

Для кінцевого споживача цінності набувають вже дещо інші якості - це органічність продукту, термін зберігання, жирність. Отже, важливим є розуміння кінцевого споживача й цінності продукту саме для нього.

Протягом усього ланцюга створення молочної продукції можуть виникати наступні види витрат.

1. Перевиробництво. Тут проблеми виникають у нестиковці потреб споживачів і обсягу продукції. Ряд витрат, які виникають у даному разі, пов’язані із зберіганням, витрачанням засобів для продажу надлишків, переробкою зіпсованої продукції або її утилізацією.

2. Понаднормативні запаси. Відсутність чіткої системи нормування запасів призводить до того, що відволікаються фінансові засоби на їх придбання, а також організацію їх зберігання, обробку та ризик псування. Як правило, надмірні запаси приховують інші проблеми (поломки обладнання, недостатню кваліфікацію персоналу, ненадійність постачальників та ін.), які ми маскуємо через збільшення наших буферних запасів [3].

3. Зайва обробка. У випадку із молочною фермою: якщо ви виробляєте для завода, то немає необхідності у додатковій термічній обробці та розливу у пляшки, достатньо фасувати у бочки та цистерни.

4. Необґрунтована логістика. Транспортування сировини та матеріалів повинно бути обґрунтованим і викликаним необхідністю саме у такому обсязі. Надмірне транспортування може вплинути на якісні показники продукції, яка може просто зіпсуватися.

5. Зайві рухи. Рухи працівників, наприклад операторів на виробництві, доярок на фермі, механізаторів, під час яких не відбувається здійснення виробничого процесу призводять до затягування часу на виробництво, простою обладнання, недовиробництва кінцевого продукту, що в кінцевому підсумку призводить до додаткових втрат хоча б у вигляді оплати праці неефективно використаного часу [3].

6. Простої та форсування обладнання. Простої без вини працівника відносять до непродуктивних витрат, адже вони оплачуються керівництвом підприємства. Тим часом може відбуватися псування продукції без необхідної обробки. Форсування обладнання з метою наздогнати втрачені обсяги виробництва також призводить до зайвого навантаження на обладнання, збільшуючи нормо-години роботи.

Наприклад, очікування трактора посеред поля, поки йому привезуть пальне або мінеральні добрива, очікування комбайна, поки приїде перевантажувач і забере зерно, очікування працівника, поки прийде керівник і скаже, що йому робити приносить додаткові витрати замість того, щоб створювати цінність для споживача [3].

7. Брак. У будь-якому разі, усувний цей брак чи ні, підприємство потребує додаткових коштів на його переробку або ліквідацію. Дана ситуація, звісно, не створює цінності споживачу – лише він може отримати продукцію дещо гіршої якості. З точки зору агрокомпаній це відбувається у тому випадку, коли пропустили і не обробили якусь частину поля, а потім зробили додаткове коло щоб її обробити. Доробка праці, яка не виконана з першого разу без дефектів, удорожчує її мінімум удвічі [3].

8. Нереалізований творчий потенціал. Дане питання має двобічний вимір. З одного боку, працівник, який працює на полі, знає виробничий процес краще, ніж керівник, який сидить в офісі, і може запропонувати його вдосконалення. З іншого боку, є процеси, які не потребують удосконалення, наприклад, час пастеризації молока, що призведе до порушення виробничого процесу.

Досвід Греції з виробництва комбікормів ще раз показує весь ланцюг ощадного виробництва в дії. Замість того, щоб висушувати кукурудзу

до 14%, затрачаючи енергії 0,15 кВт/т, зберігати її в елеваторі та провітрювати спеціальними приладами, витрачаючи на це ще додаткову енергію, організовуються комбікормові заводи. На них кукурудза додається до інших кормів у встановленій відсотковій масі. Там кукурудза зважується, подрібнюється, гранулюється та фасується або безтарно транспортується на ферму. Таким чином, витрати енергії для виробництва комбікормів становить 85 кВт/т, витрати води у вигляді пари – 40-60 кг/т. При цьому викиди обмежуються викидами газу/нафти при нагріванні води до стану пари, тверді відходи у вигляді пилу фільтруються у спеціальні мішки, рідкі викиди – відсутні [4;5].

Важливим на етапі оптимізації витрат є перейняття досвіду провідних світових практик та технології виробництва. На прикладі агропродовольчого ланцюга по виробництву молока основними складовими витрат на усьому ланцюзі постачання є перевиробництво та зайва обробка, щодо процесів, то тут можна визначити машинну дойку, пастеризацію та фасування.

Серед основних напрямів мінімізації витрат для молочної ферми виділимо наступні.

1. Запобігання перевиробництву на основі ретельного планування з елементами математичного моделювання, яке враховує досвід попередніх років та швидкість росту частки ринку.

2. Використання спеціальних програм, які б збалансовували корм для тварин з урахуванням мінімізації витрат, збереження здоров'я худоби та збільшення удоїв та жирності молока.

Впровадження засад ощадного виробництва дасть змогу сільськогосподарським підприємствам винайти резерви зменшення витрат за рахунок їх оптимізації протягом усього агропродовольчого ланцюга, виявити процеси, які не створюють доданої вартості, а лише обтяжують виробничий процес непродуктивними витратами. Таким чином, за М. Портером підприємство отримає конкурентну перевагу за рахунок мінімізації витрат. Це, в свою чергу, підвищить конкурентні позиції на ринку, адже підприємство представить свій товар у вигляді цінності, не обтяженої іншими витратами. Прибутковість підприємства підвищиться, з одного боку, за рахунок зменшення витрат, з іншого – збільшення обсягів реалізації. Що позитивним чином вплине на зміцнення економічної безпеки сільськогосподарських товаровиробників, які є надзвичайно чутливими до додаткових втрат.

Література

1. Вострякова, В.І. Впровадження Lean-технологій в агрологістику в контексті сталого розвитку [Електронний ресурс] / В.І. Вострякова. –

Режим доступу: http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/13244.pdf

2. Machado, V.C. Tradeoffs among paradigms in Supply Chain Management [Text] / V.C. Machado, S. Duarte // International Conference on Industrial Engineering and Operations Management: 9 – 10 January, 2010. – Dhaka, Bangladesh. – P. 244 – 250.

3. LEAN-Кайдзен або Як оптимізувати витрати у сільському господарстві? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://kurkul.com/spetsproekty/286-lean-kaydzen-abo-yak-optimizuvati-vitrati-u-silskomu-gospodarstvi?print=1

4. Folinas, D. Applying Lean Thinking techniques in the agrifood supply chain [Text]/ D. Folians, D. Aidonis, N. Voulgarakis // I LogisticsInternational Conference: 28-30 November, 2013. – Belgrade. – 2013. – P. 234 – 239.

5. Uhrig, J. Costs of Drying High-Moisture Corn [Електронний ресурс] / J. Uhrig. – Режим доступу: https://www.extension.iastate.edu/agdm/crops/html/a2-31.html

УДК 330

Ткачук Г.Ю., к.е.н.,доц.
Рокітенець І.В., магістрант, гр. ФБСО
Державний університет «Житомирська політехніка»

МЕХАНІЗМ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ

Сучасний етап розвитку національної економіки характеризується динамізмом та якісними змінами в управлінні виробничим процесом. Особлива роль на підприємстві належить механізму управління фінансовими ресурсами, адже ефективність функціонування та розвиток залежить від того, наскільки раціонально останнє розпоряджається своїми фінансовими ресурсами. Нестача негативно впливає на виробничо-господарську діяльність, спричиняє виникнення та зростання заборгованостей перед партнерами, працівниками з оплати праці, перед бюджетами усіх рівнів зі сплати податків, зборів та платежів. Сам процес виробництва зупиняється тоді, коли відсутні фінансові джерела формування фінансових ресурсів. Тому виникає необхідність докорінної зміни господарського механізму та економічної роботи підприємства, що вимагає створення якісно нової системи управління, оновлення організації, методики діяльності, аналізу та оцінки фінансового стану.

Проблеми управління фінансовими ресурсами виникають на кожному підприємстві, оскільки забезпеченість фінансовими ресурсами є визначальним фактором здійснення виробничого процесу.

Окремі аспекти проблеми формування механізму управління фінансовими ресурсами висвітлені в сучасній фаховій літературі. Попри значний внесок науковців у розробку питання ефективної організації механізму управління фінансовими ресурсами, залишається невирішеною низка проблем, зокрема щодо особливостей формування та реалізації його суб'єктами господарювання, відмінність яких полягає у специфіці взаємозалежності між фінансовими ресурсами і джерелами їх формування, доходами, видатками і фінансовим результатами.

У практичній діяльності механізм управління фінансовими ресурсами формується та удосконалюється, їх роль зростає як у теоретичному осягненні нових підходів, так і у розробці напрямів практичної реалізації рекомендацій щодо активізації ролі фінансових ресурсів у соціально-економічних процесах підприємств.

Важливо зауважити, що оптимальне розміщення фінансових ресурсів підприємства – це складний і комплексний процес, суть якого полягає в пошуку і реалізації на практиці найбільш ефективних рішень по формуванню, розподілу і використанню фінансових ресурсів при виборі найкращих форм їх організації з урахуванням умов і особливостей здійснення господарської діяльності. Адже підприємство повинно більше заробляти, отримувати прибутки і раціонально розпоряджатися результатами діяльності. Однак два зазначених шляхи – «заробляти» й «розпоряджатися зробленим» - не рівнозначні. Тому необхідно пам'ятати, що базою стійкого фінансового становища організації протягом тривалого часу є одержуваний прибуток.

При формуванні та оптимізації розміщення фінансових ресурсів необхідно прагнути насамперед до своєчасного забезпечення фінансування за своїми зобов'язаннями, фінансової стабільності, соціального розвитку, а це досягається завдяки процесу планування показників діяльності підприємства.

Фінансові ресурси, їх обсяг та структура, складові формування і напрями використання виступають об'єктом системи управління підприємства.

Ефективне управління фінансовими ресурсами здійснюється за допомогою механізму, спрямованого на певну організацію системи форм та методів управління, перетворень у межах фінансового механізму господарської діяльності підприємства.

Традиційно в структуру фінансового механізму залучають п'ять взаємопов'язаних елементів: фінансові методи, фінансові важелі,

правове, нормативне та інформаційне забезпечення.

Для ефективного функціонування системи управління фінансовими ресурсами підприємства, на мою думку, потрібно враховувати наступні принципи механізму управління фінансовими ресурсами:

– правове регулювання управлінських дій;

– доцільність прийняття рішень по управлінню фінансовими ресурсами підприємства;

– аналіз та оцінка прийнятих управлінських рішень;

– урахування суб'єктами управління кон'юнктури ринку та ризику;

– максимізація рентабельності.

Механізм фінансового управління виробничого підприємства можна зобразити як сукупність форм і методів створення та використання фондів фінансових ресурсів з метою забезпечення різних потреб органів державної влади, господарських суб'єктів і населення. А складовими елементами механізму управління є фінансове забезпечення, фінансове регулювання та система фінансових індикаторів і фінансових інструментів, які дають змогу оцінити цей вплив [1, с. 3-7]:.

Узагальнення підходів вітчизняних та зарубіжних вчених до організації фінансів свідчить про те, що управління фінансами можна здійснювати на основі процесного та системного підходів. Щодо процесного підходу, то управління фінансами полягає у використанні сукупності форм, методів, прийомів управління рухом фінансових ресурсів.

Фінансовий механізм, відповідно до системного підходу, відображає зовнішню дію функціонування фінансів і визначається як сукупність методів і форм, інструментів, прийомів і важелів впливу на стан і розвиток об'єкта управління.

Структура фінансового механізму передбачає сукупність взаємопов'язаних трьох рівнів. На першому (визначальному) діють фінансові методи; функціонування фінансової системи на другому рівні забезпечують фінансові інструменти, а на третьому рівні діють фінансові важелі.

Враховуючи позиції науковців стосовно трактування понять «фінансовий механізм» та специфіку роботи виробничих підприємств, пропонуємо механізм фінансового управління виробничого підприємства визначати як систему методів, важелів, стимулів, які здійснюють управління фінансовими ресурсами з метою забезпечення ефективної господарської діяльності та соціального розвитку колективу підприємства в умовах відкритого економічного простору.

Одним з основних елементів механізму фінансового управління є фінансове забезпечення. У роботах українських науковців фінансове

забезпечення розглядається як провідний метод фінансового механізму, покликаний забезпечувати розподільчі та пере розподільчі процеси з метою утворення доходів і фондів коштів, або як форма фінансування розвитку економічної та соціальної сфер суспільства. Додамо, що фінансове забезпечення розвитку виробничих підприємств пов'язане з формуванням цільових грошових фондів у достатньому розмірі та їх ефективним використанням.

Фінансове забезпечення підприємств здійснюється за рахунок самофінансування, інвестиційних та кредитних ресурсів і на бюджетних видатках. Важелями, які виконують регулюючі функції, є податки, обов'язкові платежі, норми амортизаційних відрахувань, норми використання коштів у бюджетних установах та фінансові санкції (штрафи, пеня). Фінансове стимулювання здійснюється як у формі матеріального заохочення, пов'язаного зі збільшенням фінансових ресурсів суб'єктів (податкові пільги, державні кредити тощо), так і у вигляді певного матеріального покарання (штрафних санкцій).

Отже, механізм фінансового управління передбачає пошук, залучення і ефективне використання фінансових ресурсів та на основі організаційно-управлінських принципів методи і форми їх впливу на розвиток підприємств[2, с.71-74]:.

На мою думку, основними завданнями вдосконалення механізму фінансового управління виробничих підприємств повинні стати:

– створення передумов для подальшого розвитку ринкових відносин;

– державна підтримка виробників хлібопекарської галузі, а також суб'єктів господарювання агропромислового комплексу;

– науково обґрунтоване фінансове планування і прогнозування обсягів фінансових ресурсів, їх оптимального розподілу і ефективного використання;

– підвищення результативності фінансового контролю на галузевому, регіональному та державному рівнях;

– удосконалення механізму дії фінансових важелів, стимулів і санкцій;

– адекватне правове і нормативне забезпечення функціонування механізму фінансового управління виробничого підприємства.

Отже, від ефективної організації та правильного управління фінансовими ресурсами підприємства залежить як його фінансово-економічний стан, так і становище на ринку в сучасних умовах господарювання.

Тому побудова адекватної системи (механізму) управління фінансовими ресурсами підприємства та чітке його виконання дасть

можливість досягнути бажаних результатів[3, с.219-223]:.

Список використаної літератури:

1. Алфьорова І. Дослідження економічної сутності бюджетування та фінансового планування / І.Алфьорова, М.Колесникова // Схід. – 2010. – № 3 (103). – С. 3-7.

2. Белоусова І.А. Вдосконалення планування як функції управління суб'єктів господарської діяльності / І.А. Белоусова // Вісник ЖДТУ. – 2012. – №1 (59) – С. 71-74.

3. Єзгор Л. Планування – основний елемент фінансового менеджменту підприємства в Україні / Л. Єзгор // Формування ринкової економіки в Україні. – 2016. – Вип. 19. – С. 219-223.

УДК 338.001.894

Турсунов И.Э., к.э.н., доцент
Каршинский инженерно-экономический институт
Шамсуддинов Н.Н., докторант
Научно-исследовательский центр
Ташкентский государственный экономический университет

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РЕГИОНОВ

Всемирная поддержка, оказываемая развитию предпринимательства, является одной из важных составляющих сохранения устойчивых высоких темпов роста национальной экономики. Развития предпринимательства определяется необходимостью активизации развития предпринимательства как одного из условий скорейшего завершения рыночной трансформации отечественной экономики. В системе экономических и социальных отношений большинства государств, предпринимательство выполняет сегодня важнейшие функции. В этой сфере производится основная часть валового внутреннего продукта, обеспечивается занятость большинства работающего населения.

Современные тенденции развития мировой экономики тесно связаны с возрастанием роли инновационных технологий и знаний в жизни общества. Экономика меняется, становится более инновационной, а в основе этих изменений лежит использование новых технологий, скоростных телекоммуникаций и трансформация системы

образования. В этой связи в процессе осуществления реформ требуется совершенствование и разработка новых инструментов инновационного развития адаптированного современным условиям и ориентированных для решения задач поставленных в Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах.

Стратегия действий реализуется в 5 этапов, каждый из которых предусматривает утверждение отдельной ежегодной Государственной программы по ее реализации в соответствии с объявляемым наименованием года. Объявление 2018 года Президентом Республики Узбекистан Ш.М. Мирзиёевым годом поддержки активного предпринимательства, инновационных идей и технологий имеет большое значение для развития всех отраслей экономики, в том числе для сферы образовательных услуг. Экономический интерес предпринимателей состоит в продвижении инноваций, а инновации определяют важнейшие направления развития предпринимательской деятельности. Принятые за последнее время меры уже сказались на состоянии деловой среды для малого бизнеса. Одним из главных преимуществ малого бизнеса является то, что он неизбежно ведет к появлению конкуренции на отечественном рынке, что в свою очередь благоприятно влияет на темпы экономического развития страны. Поэтому решение проблемы инновационной трансформации национальной экономики напрямую связано с использованием предпринимательства как фактора производства, необходимого для организации инновационного производства на основе как государственной, так и частной формы собственности. Такой подход, а также учет соответствующей социально-экономической среде ведущей роли государства в экономике, в соответствии с которой предпринимательство выступает не только частной инициативой, а составляющей государственной экономической политики, обусловливают исследование особенностей предпринимательской деятельности в национальной экономике.

Перспективы развития Узбекистана связаны с формированием инновационной экономической системы, которая призвана обеспечить повышение инновационной активности хозяйствующих субъектов и рост их числа для обеспечения технологической модернизации предприятий, повышения конкурентоспособности национальной экономики и, в конечном счете, роста благосостояния и качества жизни населения.

Интенсивный рост экономики каждого региона Узбекистана возможен только при переходе на инновационный путь развития,

который позволит получить конкурентные преимущества на мировом рынке. Инновационный путь развития обеспечивается путем создания инфраструктуры инновационного бизнеса, т.е. совокупность учреждений и институтов, обеспечивающих технологический трансферт. Кроме того, инфраструктура представляет собой комплекс рыночных и инновационных институтов и элементов.

Исследование западных экономистов убедительно показывает, что, во-первых, малые и средние фирмы обеспечивают более двух третей занятости и национального дохода в ведущих странах мира. Во-вторых, только оптимальное сочетание крупных и малых фирм позволяет поддерживать высокие темпы научно-технического и экономического прогресса. В-третьих, малые фирмы в наукоёмких секторах промышленности являются наиболее активными субъектами инновационного процесса, выполняют очень большой объём доработки, модификации, рыночного освоения результатов крупных открытий, совершённых силами большой науки.

Развития экономики регионов является инновационной, когда доступ к информации о новых знаниях, инновациях, результатах инновационной деятельности обеспечивается посредством современных информационных технологий, а также уровень развития инфраструктур в регионе в целом соответствует задачам создания национальных информационных ресурсов, необходимых для поддержания научно-технического прогресса и инновационного развития.

Особую значимость данные проблемы приобретают в рамках Указа Президента Республики Узбекистан УП-3416 от 30 ноября 2017г. «Об образовании Министерства инновационного развития Республики Узбекистан», где было отмечено о необходимости «формирование современной инфраструктуры развития науки и инновационной деятельности, способной обеспечить необходимые условия для устойчивого роста социально-экономического потенциала территорий, а также повышения уровня жизни и благосостояния населения».

Оценка инновационного потенциала региона имеет важное значение для обоснования региональной инновационной политики и разработки программ регионального развития с учетом эффективного использования региональных экономических ресурсов.

Важным аспектом управления экономической системой является наличие инструментов для оценки основных показателей развития системы и достигнутых результатов, возможность их сравнения с другими субъектами, а также возможность постоянного контроля над динамикой и направлениями изменения ключевых показателей

развития.

В то же время само понятие инновационного потенциала вследствие многоаспектности в экономической литературе трактуется различными способами, например как:

-совокупность различных видов ресурсов, необходимых для осуществления инновационной деятельности;

-способность системы к трансформации в новое состояние с целью удовлетворения потребностей (рынка);

-структура, объединяющая три составляющие потенциала: ресурсную, внутреннюю и результативную, которые существуют во взаимодействии, предполагают и обусловливают друг друга;

-возможность создания новшеств, осуществления инноваций, готовность воспринять нововведения для последующего эффективного использования на уровне, соответствующем мировому.

Инновационный потенциал характеризует готовность экономики и общества в целом, как к технологическим, так и социальным изменениям. Инновационный потенциал определяет инновационную активность хозяйствующих субъектов, то есть их способность производить, реализовывать и воспринимать инновации, что является необходимым условием функционирования инновационного типа экономики.Инновационный потенциал представляется как совокупность двух составляющих - научно-технического потенциала и предпринимательского потенциала. Научно-технический потенциал является только частью инновационного потенциала, которая характеризует способность системы генерировать инновацию. Его определяют как совокупность ресурсов и результат деятельности научной сферы, который в реальности может быть выражен в виде патентов, лицензий, авторских свидетельств рационализаторских, предложений, ноу-хау и др.

Таким образом, научный, научно-технический и инновационный потенциалы являются взаимосвязанными и дополняющими друг друга звеньями единого научно-инновационного цикла:

-зарождение идеи — фундаментальные исследования — прикладные исследования — опытно-конструкторские и опытно-технологические разработки — опытный образец — промышленные испытания — освоение в производстве — серийный выпуск — коммерческая реализация — практическая эксплуатация продукции (машины, приборы, технологии).

Научно-технический потенциал оказывает значительное влияние на инновационный потенциал в части создания инноваций с высокой степенью научно-технической новизны, так как уровень

инновационного потенциала предопределяет научно-технический уровень разработок, новаций.Эффективность использования инновационного потенциала региона зависит от эффективности использования каждого инновационного ресурса, который играет определенную функциональную роль в инновационном процессе.

Поэтому, инновационный потенциал следует рассматривать как совокупность потенциалов:

-производственно-технологического (материального);

-кадрового;

-финансового;

-организационно управленческого и интеллектуального и др.

Устойчивое развитие региона в долгосрочной перспективе во многом определяется тем, насколько эффективно имеющийся инновационный потенциал будет использован для повышения конкурентоспособности его экономики, усиления позиций на мировых рынках высоких технологий.

Предлагаемая методика по его оценке предусматривает расчет интегрированного (обобщающего) показателя, оценивающего инновационный потенциал в части его формирования и использования. Для оценки условий формирования инновационного потенциала региона (ресурсный компонент) предлагается рассчитывать обобщающий показатель формирования инновационного потенциала региона, а для оценки степени использования (результирующий компонент) - обобщающий показатель использования инновационного потенциала региона.

Инновационный потенциал регионов связан с определением уровня развития экономики регионов и условиями, созданными для инновационной деятельности в регионах, а также непосредственно сопряжен с качеством инвестиционной среды. Инновационный потенциал регионов имеет относительный характер и связан как с внутренней эффективностью, так и с определением своего конкурентного положения относительно других участников, в том числе и в целом по комплексу показателей и по отдельным составляющим, при этом важна оценка и в статике и в динамике.

Предлагаемый методический подход к определению инновационного потенциала регионов включает набор взаимосвязанных частных методик, обеспечивающих возможность поэтапного осуществления работ по ее оценке. Это методики:

- проектирования и формирования информационной базы исследования;

- конструирования укрупненных эмпирических индикаторов,

отражающих глубинные качественные характеристики инновационного потенциала регионов;

- ранжирование регионов по значениям построенных эмпирических индикаторов;

- типологизации регионов по совокупности эмпирических индикаторов;

- составления рейтинга инновационного потенциала экономических субъектов.

Такая методика наиболее отвечает целям исследования, т.к. конкурентоспособность регионов и развитие инновационного потенциала имеют относительный характер.

Следует отметить, что существуют и другие методики получения стандартизованной оценки, например нормирование значений в определенный интервал, но в таком случае при наличии четко выраженного лидирующего региона происходит выравнивание значений показателей у регионов-аутсайдеров.

Перспективы развития инновационного предпринимательства в регионах во многом будут определяться содержанием долгосрочной стратегии научно-технического развития страны и мерами государственной поддержки частного, в том числе инновационного предпринимательства. Именно инновационное предпринимательство способно, в свою очередь, обеспечить развитие высокотехнологичных производств, создать современную технику для ремесленников, индивидуальных фермеров, мелких предпринимателей, увеличить экспортный потенциал страны.

С нашей точки зрения, учитывая то обстоятельство, что современные конкурентные преимущества практически полностью обеспечиваются за счет преимуществ в технологиях производства, управления, организации продвижения товаров, успешное развитие конкурентоспособности экономической системы возможно при комплексном использовании современных концепций инновационного развития регионов.

Литературы

1. Указ Президента № УП-4947 от 7.02.2017г. «Стратегия действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах».

2. Засименко Б.В. Современное формы организации инновационной деятельности предприятий: Научное издание. -М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2017.-16с.-С.3.

3. Kolehmainen J. Territorial agglomeration as a local innovation

environment the case of a digital media agglomeration in Tampere, Finland // Massachusetts Institute of Technology, Special working paper series on local innovation systems, 2002. - P. 25-29.

УДК:330.14.(046)

Халиков С.Р., к.э.н., доцент
кафедры "Агрологистика"
Ташкентский государственный аграрный университет
Равшанов А.Д., к.э.н., доцент
Каршинский инженерно-экономический институт
Бердиев Х., студент
Ташкентский государственный аграрный университет

ПЕРСПЕКТИВЫ ИНТЕГРАЦИИ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ НА ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ КЛАСТЕРОВ

Для своевременного вывоза сельхозпродукции, ее дальнейшей переработку хранения и своевременной доставки продуктов питания конченному потребителю агрохолдингам и Агрокластерам жизненно необходимо долгое и краткосрочное планирование инфраструктурных мощностей. При стратегическым планировании часто упускается анализ всех звеньев, составляющих единую цепочку реализации логистического сервиса.

Мировая опыт организации логистических процессов в агрохолдингах и агрокластирах говорят о минимизации участия так называемого «человеческого фактора» в технико-технологических процессах обеспечения доставки и переработки продукции. Такая стратегия определена не случайно. Минимизация «человеческого фактора» приводит в итого к минимизации рисков в бизнес-процссах, связанных с вовлечением человека в эксплуатацию технических систем.

На сегодняшний день в научной литературе существуют различные точки зрения к определению конкурентоспособности страны. Так, американский ученый – основоположник современной теории конкурентоспособности М. Портер под конкурентоспособностью экономики страны понимает эффективность использования ресурсов, которая выражается объемом ВВП на душу населения [3].

Международный институт развития менеджмента конкурентоспособность страны определяет, как особое направление экономической науки, которая исследует экономическую политику и действия субъектов экономики, определяющих способность страны

обеспечивать создание предприятиями дополнительной добавленной стоимости и повышение уровня жизни населения страны [4].

Стратегической целью устойчивого развития Узбекистана в период до 2030 г. является развитие и либерализация экономики, направленная на дальнейшее укрепление макроэкономической стабильности и сохранение высоких темпов роста экономики, повышение ее конкурентоспособности, модернизацию и интенсивное развитие сельского хозяйства, продолжение институциональных и структурных реформ по сокращению присутствия государства в экономике [1].

Опыт развитых стран показывает, что конкурентоспособность экономики во многом зависит от наличия промышленно-инновационных кластеров на ее территории, а также отраслевых и межотраслевых комплексов кластерного типа. Создание кластеров позволяет повысить производительность труда во входящих в них фирмах и отраслях, активно внедрять инновации в производство, стимулировать создание новых видов бизнеса. Наряду с этим кластеры приводят к расширению границ комплекса, а также за счет сильных внутренних взаимосвязей способны производить продукцию с большей эффективностью, что позволяет достичь лучших результатов в конкурентной борьбе.

Изучение мирового опыта показывает, что формирование инновационных и промышленных кластеров может являться результатом действие как рыночных факторов, так и государственного регулирования, вместе с тем наиболее успешными являются кластеры, образованные по инициативе «снизу», т. е. исходящей от самих предприятий. К настоящему времени кластеризацией охвачено около 50 % экономик ведущих стран мира: США имеют 380 кластеров, Италия – 206, Нидерланды – 200, Великобритания – 168, Индия – 106, Франция – 96, Дания – 34, Германия – 32. Полностью охвачены кластеризацией датская, финская, норвежская и шведская промышленности.

Наиболее известными в мировой экономике являются такие инновационные кластеры, как Кремниевая долина (в некоторых источниках называемая Силиконовой), сформированная спонтанно, развивавшаяся эволюционно в результате действия рыночных механизмов; София-Антиполис – технопарк кластерного типа, созданный во Франции по инициативе региональных и местных властей; Бангалор – индийский центр по созданию программного обеспечения и проведению научных исследований, получивший развитие благодаря IT-аутсорсингу [2].

Само понятие кластера в экономической литературе появилось относительно недавно. В общем виде кластер представляет собой

группу географически локализованных взаимосвязанных компаний, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных услуг, предприятий инфраструктуры, научно-исследовательских институтов, вузов и других организаций, взаимодополняющих друг друга и усиливающих конкурентные преимущества группы за счет проявления синергетического эффекта.

М. Портер отмечает, что конкурентоспособность страны следует рассматривать с позиций международной конкурентоспособности не отдельных ее фирм, а кластеров– объединений фирм различных отраслей, причем принципиальное значение имеет способность этих кластеров эффективно, использовать внутренние ресурсы. Проанализировав конкурентные возможности более 100 отраслей в десяти странах, М. Портер пришел к выводу, что наиболее конкурентоспособные транснациональные компании обычно не разбросаны бессистемно по разным странам, а имеют тенденцию концентрироваться в одной стране, а иногда даже в одном регионе страны. Объяснение этого явления состоит в следующем: одна или несколько фирм, достигая конкурентоспособности на мировом рынке, распространяет свое положительное влияние на ближайшее окружение: поставщиков, потребителей и конкурентов, а успехи окружения, в свою очередь, оказывают влияние на дальнейший рост конкурентоспособности данной компании. В результате такого взаимовыгодного сотрудничества формируется кластер[3].

По мнению М. Портера, экономику в целом следует рассматривать через призму кластеров, а не через более традиционное группирование компаний, отраслей или секторов. Это объясняется тем, что кластеры лучше согласуются с самим характером конкуренции и источниками достижения конкурентных преимуществ. Кластеры лучше, чем отрасли, используют важные связи, взаимодополняемость отраслей, распространение технологии, опыта, информации, маркетинг, а также более полный учет потребностей населения. Такие связи являются основополагающими в конкурентной борьбе, повышении производительности и особенно в определении направлений и интенсивности организации нового бизнеса и внедрения инноваций. Большинство участников кластера не конкурируют между собой напрямую, а просто обслуживают разные сегменты отрасли [3].

Восприятие группы компаний и организаций как кластера позволяет выявить благоприятные возможности для координации действий и благотворного взаимного воздействия в сферах общих интересов без угрозы неправильного понимания конкуренции или ограничения интенсивности соперничества. Кластер обеспечивает возможность

ведения конструктивного и эффективного диалога между родственными компаниями и их поставщиками, с правительством, а также другими вовлеченными организациями. Государственные и частные инвестиции, направленные на улучшение условий функционирования кластера, приносят пользу многим предприятиям.

В целях повышения конкурентоспособности национальной экономики кластерная политика должна использоваться для того, чтобы иметь максимальный эффект от расположения кластеров в том или другом регионе страны. Инструменты кластерной политики, прежде всего, должны быть направлены на создание условий для сотрудничества членов кластера, а не на увеличение объемов финансирования проектов кластера.

Важно отметить, что от эффективного менеджмента кластера и выборочного финансирования зависит успех кластера. Кластерная политика может играть важную роль в контексте повышения конкурентоспособности страны. На наш взгляд, создание кластеров приведет к определенным положительным результатам, к числу которых можно отнести следующие:

во-первых, кластеры выступают в качестве капиталосберегающего фактора. В результате создания кластера образуется экономический эффект, который выражается в снижении удельных капитальных вложений на единицу укрупняемой мощности за счет уменьшения суммарных капитальных затрат на сооружение объектов вспомогательного хозяйства, производственной и социальной инфраструктур общего назначения;

во-вторых, в современных условиях, когда на передний план выходит проблема бережного отношения к природным ресурсам, кластеры способны выступать в качестве природ сберегающего фактора. Повышение эффективности использования природных ресурсов достигается за счет более полной переработки ресурсов сырья, топлива, воды во взаимосвязанных и взаимообусловленных производствах;

в-третьих, формирование кластеров способствует экономии трудовых и материальных ресурсов, которая достигается за счет сокращения капитальных, эксплуатационных затрат и рабочего времени на транспортировку сырья, материалов, полупродуктов при переходе от одной стадии производства к другой путем улучшения использования производственных мощностей и основных фондов;

в-четвертых, кластеры призваны обеспечить сбалансированное и ускоренное развитие экономики страны, которое выражается в обеспечении взаимосвязанного и пропорционального развития

локализованных в них составных частей отраслевых и межотраслевых комплексов, отраслей вспомогательного хозяйства, производственной и социальной инфраструктур, рационального использования трудовых, сырьевых, топливно-энергетических, земельных, водных и других ресурсов.

Основной задачей в механизме повышения конкурентоспособности страны является определение потенциала ее конкурентоспособности, которая зависит от конкурентной устойчивости ведущих отраслей или группы предприятий, выпускающих однородную продукцию. Под конкурентной устойчивостью предприятий следует понимать их устойчивость в среде, сохранять высокую конкурентоспособность на длительную перспективу при использовании возможностей внешней среды. В стране за год выращивается 20 млн. тонн плодоовощной продукции[4].

Однако на промышленном уровне перерабатывается лишь 15 процентов от этого объема, из них 7-8 процентов экспортируются. Вследствие неразвитости инфраструктуры потеря продукции в процессе сбора и хранения достигает 30 процентов. Дальнейшего развития пищевой промышленности и увеличения объема экспорта можно достичь за счет рационального использования имеющихся возможностей и расширения глубокой переработки продукции.

Сегодня в стране функционирует 31 агрологистический центр и 1,5 тысячи холодильных складов. Вместимость таких складов позволяет хранить лишь 4,5 процента от всего объема выращиваемых фруктов и овощей. Поставлена задача увеличить число холодильных складов до 4,5 тысячи, агрологистических центров - до 140 к 2025 году. Поручено организовать такие центры в Андижанской, Самаркандской и Ташкентской областях с использованием льготного кредита Азиатского банка развития, начать соответствующую работу и в Джизакской, Сурхандарьинской, Ферганской областях. К примеру, 65 процентов фруктов и овощей, 93-95 процентов мясной и молочной продукции заготавливаются в дехканских хозяйствах и на приусадебных участках населения. Однако мощности перерабатывающих предприятий загружены на 50-60 процентов. В прошлом году осуществлена промышленная переработка лишь 19 процентов плодоовощной и 16 процентов мясомолочной продукции.

Важно иметь в виду, применение кластеров в повышении конкурентоспособности экономики Узбекистана требует проведения определенных мероприятий. На наш взгляд, для кластерного развития экономики требуется реализовать следующие основные условия и предпосылки:

- провести последовательное реформирование отношений собственности, предусматривающее формирование устойчивого сектора малого и среднего предпринимательства, что позволит создать в стране благоприятную конкурентную среду;
- реализовать предусмотренную в Стратегии развития Узбекистана на период 2019-2021 годы структурную перестройку экономики, направленную на постепенное замещение традиционных отраслей, исчерпавших свой жизненный цикл на существующей технологической базе, отраслями высокотехнологичного сектора;
- четкое разграничение функций государственного регулирования и хозяйственного управления, что предполагает трансформацию сложившейся системы государственного управления отраслями национальной экономики в направлении концентрации за отраслевыми органами государственного управления исключительно функций стратегического развития курируемых сфер деятельности.

Для того, чтобы кластеры в нашей стране стали действительно реальными, необходимо, в первую очередь, реформировать экономику, делая упор на сектор малого и среднего предпринимательства. Ведь именно малые и средние предприятия являются наиболее уязвимыми экономическими единицами в хозяйстве любой страны. Они нуждаются в особой поддержке со стороны государства, а пренебрежение их развитием может серьезно ослабить инновационный потенциал экономики.

Литература:

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 07.02.2017 г. №УП-4947 «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан»
2. Губайдуллина Ф.С. Роль государства в создании инновационных кластеров // Регион: экономика и социология. 2011. № 3. С. 247–259.
3. Портер М. Конкуренция. М. : Вильямс, 2005. 602 с
4. Эргашев Р.Х.,Равшанов А.Д.- Инновационной направления устойчивого развития аграрного сектора узбекистана, iv международной научно-практической конференции "формирование эффективной модели развития предприятия в условиях рыночной экономики" житомир, (24-25ноября 2016 года) 325-327 стр.

УДК: 333.48.011

Халимов Ж., соискатель
Карагандинский государственный университет

АГРОСЕРВИСНОЙ СИСТЕМЫ В РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЯХ АПК

В настоящее время пока нет достаточно обоснованных укрупненных нормативов, позволяющих сформулировать достоверную идеальную модель функциональной структуры сельского хозяйства и дать каждой из стадий точную количественную оценку. Пока такая модель не разработана, можно обосновать лишь общие тенденции совершенствования функциональной структуры сельского хозяйства .

Уровень интенсивности развития несельскохозяйственного производства связано, главным образом, с недостаточным уровнем материально-технической базы отраслей и систем, обслуживающих сельское хозяйство и перерабатывающих его продукцию, а в последние годы с де специализацией агросервиса, с несовершенством хозяйственного механизма, регламентирующего экономические взаимоотношения сельских товаропроизводителей с обслуживающими отраслями хозяйственного комплекса. Решающая роль в решении этой задачи в современных условиях принадлежит созданию и последовательному применению мотивационного механизма, который бы на всех уровнях производственной и управленческой структуры АПК создавал прочную и устойчивую ориентацию экономических интересов на максимизацию не промежуточных, а конечных результатов.

Сложившаяся к настоящему времени структура сельскохозяйственного производства вызывает необходимость в определении эффективности не только сельского хозяйства, но и других видов деятельности, реализуемых в рамках отрасли: ремонта, строительства, промышленных производств и транспорта. Без этого невозможно оценить выгодность их дальнейшего развития не с позиции отдельных хозяйств и предприятий, ни с точки зрения конечных результатов АПК.

Помимо сельскохозяйственных товаропроизводителей, которые реализуют функции комплексообразующего ядра АПК, в его состав как организационно-хозяйственного подразделения должны входить производственно-технологические системы, созданные для обслуживания сельского хозяйства. Эта система связана функционально с сельскими товаропроизводителями, включающую помимо сельскохозяйственного производства ремонтные предприятия,

производство строительных материалов и строительную индустрию, мелиорацию и водное хозяйство, переработку сельскохозяйственных продуктов и другие виды работ, связанные с сельским хозяйством.

Характерными, в системе агросервиса, являются ремонтно-технические предприятия различной специализации, которые своей производственной деятельностью обусловливают участие в основных стадиях воспроизводства конечного продукта АПК. Однако, существующая система оценки деятельности этого отраслевого звена агропромышленного производства, в которой основную роль играют показатели валовой и реализованной продукции и услуг приводит к тому, что оценка результатов их работы практически не связана ни со степенью удовлетворения потребностей сельскохозяйственного производства в ремонте, ни с его качеством. Это обстоятельство, а также постоянный рост цен на услуги ремонтных предприятий приводит к тому, что сельскохозяйственные товаропроизводители создают собственную базу для ремонта техники и основных производственных фондов.

При оценке меры участия фондопроизводящих и обслуживающих отраслей агропромышленного производства достаточно ограничиться функциональным подходом, в соответствии с которым вклад этих отраслей в создание конечного продукта АПК определяется величиной стоимости созданных ими для комплекса средств производства.

Анализ функционирования агросервисной системы в рыночных отношениях как участников производства продовольственных продуктов и непродовольственных товаров из сельскохозяйственного сырья свидетельствует об их недостаточной ориентации на достижение конечной цели АПК и выгодности сотрудничества с сельскохозяйственными товаропроизводителями. Их экономические интересы зачастую находятся в противоречии с потребностями сельского хозяйства. В результате вся система не находит адекватного отображения в функциональной структуре комплекса, предполагающей взаимну увязку и соподчинение отдельных стадий агропромышленного воспроизводства.

Часть фондопроизводящих отраслей средства производства для всего хозяйственного комплекса страны и участвует в агропромышленном производстве лишь количественно, величиной соответствующих поставок и услуг. К таким отраслям относятся топливная промышленность, черная и цветная металлургия и другие. Продукция этих отраслей, используемых АПК как средства производства, качественно не отличаются от всей остальной их продукции. Ее создание не требует учета специфики особенностей

агропромышленного производства, однако, до сельского хозяйства доходит через многочисленных посредников, что существенно повышает рыночную цену и недоступность для сельских товаропроизводителей. Следовательно, нет основания для объединения (в любой форме) этих фондопроизводящих отраслей с комплексообразующими отраслями АПК.

Целый ряд фондопроизводящих отраслей производит специфические средства производства и оказывает услуги для АПК. Такие отрасли должны быть достаточно тесно связаны с комплексообразующими отраслями АПК. Форма взаимосвязи может быть различной, но, главное, необходимо обеспечить их органическое единство со звеньями комплекса, гарантирующее максимальную заинтересованность в достижение конечной цели всей системы. Рассредоточение производства промышленных предметов труда предоставление услуг для АПК по большому количеству ведомств и предприятий различных отраслей свидетельствует о нерациональной структуре фондопроизводящих и обслуживающих предприятий. В таких условиях требуется дифференцированный подход к совершенствованию взаимоотношений сельского хозяйства с обслуживающими его предприятиями и другими комплексообразующими отраслями АПК.

Современное состояние производственной деятельности основных отраслей, участвующих в агропромышленном производстве, свидетельствует о следующем:

во-первых, действующий хозяйственный механизм ориентирует указанные отрасли в первую очередь на решение отраслевых задач, что не всегда способствует эффективной реализации их общей цели - максимизации конечных результатов и тем самым синергического рыночного эффекта от совместной деятельности;

во-вторых, организационно-экономические условия их функционирования в современных условиях обусловили в рамках каждой из предприятий различных, не свойственных специализации и видов производственной деятельности. Это повлекло за собой, как правило, кроме основной профилирующей функции выполнять еще целый ряд дополнительных, вспомогательных, не всегда соответствующих их основной специализации.

Отмеченное выше, является одной из главных причин неустойчивости развития сельского хозяйства, поскольку технологические и организационно-экономические условия функционирования отрасли в рыночных условиях оказались недостаточно гибкими для того, чтобы постоянно и оперативно реагировать к складывающимся природно-

экономическим и конъюнктурным условиям. Объективно хозяйственная система, то есть вся совокупность технологических, экономических и организационных методов хозяйствования, последовательно ориентирует интересы производственных коллективов на повышение эффективности производства и объемов производства с учетом спроса на производимую продукцию. Это требует упорядочения всей системы АПК, то есть создания рациональной материально-технической базы и структуры производства, совершенствования хозяйственной системы во всей совокупности составляющих ее элементов. Среди них особо выделяются следующие:

1. Дальнейшее развитие и совершенствование структуры материально-технической базы сельского хозяйства, что позволит значительно поднять уровень фондооснащенности и фондовооруженности труда в отрасли. Это служит главным препятствием низкого использования имеющегося биологического и природно-климатического потенциала земледелия. Такое крупномасштабное производство, как сельское хозяйство, не может вестись на низкой технической основе. Масса ручного труда, как бы она ни была велика, в крупном производстве никогда не сможет приспособиться к неожиданным и непредвиденно меняющимся погодным условиям. К тому же численность занятых в сельском хозяйстве работников сокращается, и будет впредь сокращаться еще более высокими темпами. Этого процесса не остановить и даже затормозить на более или менее длительный срок.Есть только одна безальтернативная возможность - замещение живого труда законченной системой машин, которая позволила бы комплексно механизировать все технологические процессы в отрасли.

2. В сельском хозяйстве произошли крупные структурные изменения. Преимущественный путь увеличения производства сельскохозяйственного сырья - это путь интенсивный, рассчитанный не рост посевных площадей и поголовья скота, а на повышение продуктивности земельных угодий и животных.

3. Особое значение имеют разработка и внедрение региональных систем земледелия, в полной мере учитывающих природно-климатические и экономические условия каждой зоны страны. Они, как известно, существенно различаются. Задача состоит в том, чтобы, приспосабливая системы производства к имеющимся особенностям климата и почв, обеспечить, возможно, более полное использование биоклиматического потенциала. Это требует серьезного критического анализа и разработки рациональной структуры производства в каждом регионе, соответствующей системы агросервиса.

Объективно каждая отрасль ориентирована на удовлетворение запросов и потребностей той отрасли, которая потребляет ее продукцию. Однако на практике нередко эта объективная направленность реализуется не в полной мере. Стремясь к развитию своего производства, отдельные отрасли наращивают производственные мощности сверх того, что необходимо для потребителя, и, наоборот, мощности других отраслей могут оказаться недостаточными для удовлетворения потребностей потребителя. На этой основе возникают диспропорции и нерациональное расходование ресурсов.

Структура производства фондопроизводящих и обслуживающих отраслей для сельского хозяйства не всегда соответствует требованиям потребителей. Вследствие этого сельскохозяйственные товаропроизводители не имеют возможность в полную меру использовать биоклиматический потенциал.

Качество, надежность и долговечность машин, поступающих сельскому хозяйству, пока еще нельзя признать удовлетворительным, несмотря на их высокую стоимость. Конструкции машин устарели. Низкое качество машин вынуждает потребителей доводить их до рабочего состояния своими силами в малоприспособленных для этого условиях. Структура и химический состав минеральных удобрений не соответствуют современным требованиям. Это приводит к крайне низкому уровню эффективности их применения, вызывает излишние затраты.

На фоне крупномасштабных реформ, происходящих в настоящее время, очевидно, что продолжение политики материально-технического обеспечения сельского хозяйства средствами труда той структуры, ассортимента и качества, которые сложились, не позволит осуществить переход на преимущественно интенсивные рельсы развития, обеспечить повышение его эффективности и рыночные условия хозяйствования. Вот почему структурная перестройка фондопроизводящих и обслуживающих отраслей становится настоятельной необходимостью.

Стремление обслуживающих предприятий и организаций получить больше прибыли, мало заботясь о достижении высоких конечных результатов, в значительной мере обусловлено оценочными показателями их деятельности - показателями валовой и реализованной продукции. На основе валовой продукции определяются производительность труда и фондоотдача. Эти показатели не отражают вклад обслуживающих организаций в производство конечной продукции. Поэтому многие предприятия системы преднамеренно развивают производство материалоемкой продукции. Вместо

несложного ремонта проводят капитальный ремонт, используют дорогостоящие детали. Деятельность этих предприятий, оцененная на основе объема валовой продукции, выглядит как высокоэффективная, что порой не соответствует реальному положению.

Оценка деятельности по показателю валовой продукции приводит к тому, что чем больше предприятие расходует на изготовление свой продукции материалов и комплектующих изделий, тем лучше выглядят его экономические показатели. При этом в выполнение включается не только стоимость работ по техническому обслуживанию, но и заменяемые в процессе обслуживания дорогостоящие узлы, агрегаты и детали.

Сложившийся характер межотраслевых связей обуславливает необходимость более тесной увязки результатов деятельности обслуживающих производств с конечными результатами производства, на которые они оказывают воздействие. Между тем практика оценки деятельности сферы агросервиса по объему выполненных работ, а сельскохозяйственных товаропроизводителей - по конечной продукции, по сути, не ориентирует их деятельность в одном направлении.

Если проанализировать деятельность ремонтных предприятий, то можно констатировать постоянный рост объема ремонтных работ (в стоимостном выражении). Здесь обнаруживается разно направленность интересов обслуживающих производств и сельскохозяйственных товаропроизводителей. Если интересы последних состоят в том, чтобы техника работала надежно, а ее ремонт стоил дешевле, то хозяйственные результаты ремонтных предприятий будут тем лучше, чем больше будет выходить из строя техника и чем больший объем ремонтных работ будет выполнен. По этой причине нередко технические уходы заменяются текущим ремонтом, а последние - капитальным.

Целесообразно представлять производственные услуги с определенными гарантийными обязательствами. Например, договор на ремонт и техническое обслуживание машинно-тракторного парка для сельского хозяйства должен предусматривать достижение коэффициента готовности машинно-тракторного парка, выработку нормативного объема работ. Выполнение таких обязательств должно быть увязано с системой материального стимулирования. По-видимому, был бы оправдан такой подход, при котором сельскохозяйственные товаропроизводители возмещали бы расходы по ремонту и техническому обслуживанию техники путем авансирования части

затрат с последующей доплатой оставшейся суммы при условии выполнения машинами и орудиями гарантированного объема работ в зависимости от конечных результатов.

Один из путей удешевления производственного обслуживания сельского хозяйства - снижение издержек обращения и торговых наценок. Их уровень существенно влияет на стоимость материально-технических средств, по которой их приобретает потребитель, а, следовательно, на стоимостные пропорции обмена продукции сельского хозяйства и промышленности. Назрела необходимость учета действительных затрат на реализацию сельскому хозяйству производственных товаров, дифференциации наценок по видам продукции, что позволит более объективно и обоснованно оценит деятельность снабженческих организаций.

Оценочные показатели обслуживающих производств должны отражать не только объемы и качество их работ, но ее эффективность для сельскохозяйственных товаропроизводителей. Это станет возможным, если результаты деятельности обслуживающих производств будут поставлены в более тесную зависимость от роста эффективности сельского хозяйства.

Эффективность производственного обслуживания сельского хозяйства в значительной мере определяется организационными формами, в которых оно осуществляется. Преобразование государственных предприятий агросервиса в акционерные общества открытого и закрытого типа произошло в ходе приватизации, в которой в большинстве случаев участвовали только работники этих предприятий, что еще больше отделило эту систему от сельского хозяйства.

Одним из показателей эффективности специализированных агросервисных предприятий служит возросшая производительность средств механизации. Концентрация в них техники позволяет снизить эксплуатационные расходы (на оплату труда, горючее и др.). В предприятиях по механизации и техническому обслуживанию машинно-тракторного парка создаются благоприятные условия для маневрирования техникой и проведение всех работ в более сжатые сроки. Использование этой техники в различных по уровню развития хозяйствах позволяет выравнивать экономические условия хозяйствования. Выделение материально-технического снабжения в самостоятельную службу высвобождает инженеров-механиков от выполнения несвойственных им обязанностей по снабжению и позволяет больше внимания уделять вопросам эксплуатации техники.

УДК.338.24

Хилькович А.В., стрший преподаватель
Брестский государственный технический университет

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ КАК СРЕДСТВО РЕАЛИЗАЦИИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ВОЗДЕЙСТВИЙ НА РАБОТУ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Современные предприятия и фирмы представляют собой сложные организационные системы, отдельные составляющие которых - постоянно изменяются и находятся в сложном взаимодействии друг с другом.

Рыночная экономика приводит к возрастанию объема и усложнению задач, решаемых в области организации производства, процессов планирования и анализа, финансовой работы, связей с поставщиками и потребителями продукции, оперативное управление, все это невозможно без информационных технологий в системе управления.

Информационная система управления - совокупность информации, экономико-математических методов и моделей, технических, программных, других технологических средств и специалистов, предназначенная для обработки информации и принятия управленческих решений. Информационная система управления должна решать текущие задачи стратегического и тактического планирования, бухгалтерского учета и оперативного управления фирмой.

Таблица 1

Информационные технологии в управлении

Информационные технологии в управлении					
Степень централизации технологического процесса	Тип предметной области	Степень охвата задач управления	Класс реализуемых технологических операций	Тип пользовательского интерфейса	Способ построения сети
-Централизованная технология -Децентрализованная технология -Комбинированная технология	-Бухгалтерский учет -Страховая деятельность -Банковская деятельность -Налоговая деятельность -Аудит -Другие	-Автоматизированная обработка данных -Автоматизация функций управления -Поддержка принятия решений -Электронный офис -Экспертная поддержка	-Работа с текстовым редакторами -Работа с табличными редакторами -Работа с СУБД -Работа с графическими объектами	-Пакетные -Диалоговые -Сетевые	-Локальные -Много-уровневые -Распреде-ленные

Информационные технологии представляют собой очень перспективное и быстро развивающееся направление процесса дальнейшей технологизации всего пространства деятельности общества. Информационные технологии являются действенным средством мобилизации и эффективного использования важнейших стратегических ресурсов [2].

Информационная технология представляет собой систему методов и средств реализации информационных процессов, а также способов использования этих средств.

Преимущества которые дают нам информационные технологии в управлении:

- Сокращение времени доступа к информации
- Сокращение дублирования документов и
- Упрощение доступа к данным
- Оптимизация хранения документов и данных
- Автоматизация бизнес процессов
- Улучшение качества обслуживания клиентов
- Повышение дисциплины и качества работы
- Повторное использование информации
- Повышение качества данных
- Повышение сохранности документов и информации

Особая роль информационных технологий заключается в том, что они ускоряют процессы управления производственно-хозяйственной деятельностью. А так же процессы дальнейшего совершенствования информационных технологий управления жизнедеятельностью общества.

Развитие технологий управления производственными, хозяйственными, экономическими и социальными системами должно происходить через исследование процессов управления в нестандартных динамических ситуациях и основываться на использовании методологии управления и теории измерения управляемости в условии трансформации экономических отношений. Включение в процедуру управления процессов диагностики и мониторинга производственных, хозяйственных, экономических и социальных систем позволяет сделать прозрачными процедуры управления и осуществлять его в реальном режиме времени.

В процессе создания и в ходе функционирования информационные технологии в управлении выделяют организационную и функциональную структуру.

Организационная структура определяется наличием подразделений разного уровня – подразделений, служб, отделов, подотделов, цехов,

участков и др., и их взаимным административным подчинением.

Функциональной структурой называют структуру, элементами которой являются подсистемы, реализующие функции автоматизированной информационной технологии управления или их части, а связи между элементами – потоки информации, циркулирующей между ними при функционировании.

Любая информационная технология в управлении состоит из нескольких частей:

- общесистемной части, содержащей общее описание и обоснование решений, принятых в проекте;
- функциональной части, реализующей функциональные подсистемы;
- обеспечивающей части, которая необходима для успешной работы функциональных подсистем.

В *обеспечивающей части* различают следующие виды обеспечения:

- *аппаратное (техническое) обеспечение*– комплекс технических средств, применяемых для функционирования автоматизированной информационной технологии управления;
- *математическое обеспечение* – совокупность используемых экономико–математических методов, моделей и алгоритмов;
- *программное обеспечение* –совокупность общесистемного и прикладного программного обеспечения.

Общесистемное программное обеспечение включает операционные системы, трансляторы, утилиты, базы данных и т.п.

Прикладное программное обеспечение включает приложения(прикладные программы), реализующие функциональные запросы пользователей и различного рода описания (пользователя, оператора, программиста и т.д.), позволяющие успешно пользоваться программным обеспечением.

Информационное обеспечение – совокупность реализованных решений по объемам, размещению и формам организации информации, циркулирующей в системе управления при ее функционировании. Оно включает нормативно – справочную информацию, необходимые классификаторы экономической информации, унифицированные документы, массивы данных, контрольные примеры, используемые при решении задач управления.

Организационно – методическое обеспечение- это совокупность документов, регламентирующих деятельность персонала в условиях функционирования системы управления. Оно предназначено для описания изменений организационной структуры управления объектом, связанных с созданием ИТУ (схема организационной

структуры, описание организационной структуры); для описания действий персонала по обеспечению функционирования ИТУ (технологическая инструкция, инструкция по эксплуатации); для установления функций, прав и обязанностей должностных лиц по обеспечению функционирования ИТУ (должностная инструкция).

Лингвистическое обеспечение- совокупность информационных языков, методов индексирования, а также лингвистической базы (словарей, тезаурусов, рубрикаторов) и методов ее ведения.

Правовое обеспечение – совокупность правовых норм, регламентирующих правоотношения при функционировании ИТУ и юридический статус результатов ее функционирования.

Информационные технологии управления должны иметь блок управления всевозможными рисками и проведения превентивных мероприятий с целью снижения вероятности наступления рискового события в рамках данной технологии управления или деятельности предприятия в целом. Процесс управления кризисной ситуацией должен осуществляться специальной информационной технологией антикризисного управления с учетом траектории развития управляемости фирмы и мониторинга развития производственно-хозяйственной деятельности организации в условиях антикризисного управления.

Осуществляя деятельность в системе управления организацией, информационные технологии управления отслеживают развитие событий вокруг и внутри предприятия (региона или отрасли), исполняя роль анализаторов и роль глаз и ушей производственно-хозяйственной деятельности организации. В тоже время информационная технология в управлении дает возможность прогнозировать развитие событий в рамках функций управления и прогнозировать управленческие действия различных подразделений, служб, отделов по корректировке и развитию производственно-хозяйственной деятельности в диапазоне допустимых значений на прогнозируемый отрезок времени. Выработка управляющих воздействий на уровень управляемости организацией осуществляется аналитическим блоком, являющейся сердцем информационной технологии управления .

Инновационное развитие субъекта хозяйствования всегда требует инновационных технологий. Сегодня инновационные технологии появляются через 3-5 лет. Она проходит этапы зарождения, создания и внедрения на рынке (идея- теоретическая проверка(обоснование)-разработка технико-экономического обоснования- проект- опытный образец-проверка на эксплуатационную надежность и экономичность-бизнес-план и рынок).Внедряемые технологические решения требуют:

в первую очередь коллектива профессионалов способного решать амбициозные задачи; дорогостоящего оборудования; хорошей кредитной линии; рабочих мест, помещений, социальной поддержки власти и руководства, наличие заказчика; наличие рынка; устойчивой системы управления.

Совокупность затрат на производство инновационных технологий и время на их разработку определяют их стоимость, в нынешнее время она очень высока.

Конкурентоспособность при внедрении новых производственных инновационных технологий возрастает на предприятии на 5-7% и удерживается на протяжении 3-5 лет. Цикл жизни инновационных технологий управления равен 6-9 лет [2].

В наши дни все более широкое распространение получают информационные технологии: появляются новые разновидности средств коммуникации [1]. Так, благодаря своей доступности и простоте использования, интернет сейчас стал неотъемлемой частью жизни большинства людей. Его использование позволяет внедрить в систему коммуникации между сотрудниками компании новые виды онлайн общения. Более вежливым считается использование текстовых сообщений и звонков с использованием интернет - ресурсов. Также использование современных информационных ресурсов делает возможным процесс работы рядовых сотрудников и управляющих без непосредственного нахождения в офисе. Большая часть работы может быть выполнена в удобном для человека месте и в удобное время. Немаловажную роль играет возможность создания электронных баз данных, которые, в отличие от бумажных, могут быть проанализированы в считанные минуты вне зависимости от их объема. Внедрение электронных баз данных дает возможность создания и активного использования системы корпоративных знаний, сущность которых состоит в деиндивидуализации определенного набора знаний. Использование данной системы позволяет всем сотрудникам применять знания и опыт одного из них для решения актуальных задач всеми членами организации. Система электронных баз данных может быть использована и для сбора и анализа данных о сотрудниках: их особенностях, предпочтениях, сильных и слабых сторонах. Это поможет менеджеру проще находить подход к своим подопечным, а также упростит процесс внедрения нового управляющего [1]. Третьим немаловажным компонентом, иллюстрирующим роль инновационных технологий в процессе управления, является то, что современный управляющий должен применять не только достижения научно-технического прогресса, но и инновационные технологии управления,

основанные на знаниях областей социологии и социальной психологии. Так, например, в связи с внедрением новых технологий люди все чаще получают возможность иметь несколько источников доходов, поэтому материальное стимулирование сотрудников становится все менее эффективным. Также это связано с тем, что в нынешнем мире большую долю всей рабочей деятельности занимает нестандартная интеллектуальная деятельность, которая априори с трудом стимулируется материальными вознаграждениями. Поэтому менеджеры вынуждены искать новые подходы к стимулированию сотрудников [1]. Все вышеперечисленные и многие другие инновации позволяют сделать компанию более конкурентоспособной, упростить процесс управления, повысить престиж работы в данной компании, привлечь наиболее творчески и интеллектуально развитых сотрудников, дают им возможность проявить свои способности.

Основной эффект от внедрения информационных технологий управления достигается за счет действия блока выработки вариантов решений, блока анализа качества принимаемых решений и качества реализации управленческих воздействий. Особенность информационных технологий управления заключается в способности прогнозировать движение управляемости организации по траектории эффективного развития и при необходимости регулировать и координировать эту траекторию. Функция диагностики и мониторинга, заложенная в информационной технологии управления, позволяет сделать процесс управления прозрачным и вовремя сделать корректировки при неблагоприятных изменениях во внутренней и внешней среде.

Литература

1. М.А.Лоскутова Влияние современных инновационных технологий на процесс управленияэ Аудит и финансовый агнализ ;№3. 2017

2. О.А.Высоцкий, И.М.Гарчук, Н.С.Данилова; под ред.В.Ф.Медведева. Основы устойчивого развития производственной организации.: Мн. «Право и экономика» 2015. С 355.

УДК 338. Т8

Ходжибоева М.А., старший преподаватель
кафедры менеджмента
Таджикский государственный университет
права, бизнеса и политики

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В РЕГУЛИРОВАНИЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Недостаточная эффективность механизмов само регуляции применительно к потребительскому рынку объясняется его спецификой и, прежде всего, зависимостью от природно-климатических условий, обеспечения объемов и ассортимента товарной продукции, формированием цен. Концептуально возможны два метода государственного управления потребительского рынка:

- проблемно-ориентированный подход;
- программно-целевой подход (табл.1).

Таблица 1

Отличительные особенности методов государственного управления

№ п\п	Элементы управления	Методы управления	
		программно-целевой	проблемно-ориентированный
1.	Основание для принятия решения	постановка целей	изучение тенденций развития проблем
2.	Механизм реализации	цель → пути достижения	проблема → пути достижения
3.	Результат	Позволяет оценить возможные последствия принимаемых решений, учитывает интересы хозяйствующих субъектов.	Позволяет сконцентрировать внимание на более острых проблемах

Каждый из обозначенных методов имеет свои особенности. Программно–целевой метод управления развитием потребительского рынка региона сводится к постановке целей с последующим выбором путей их достижения. Эти пути обобщаются в стратегии экономического развития региона и программе по реализации данной стратегии. [2,с.210]. Проблемно-ориентированный метод управления развитием потребительского рынка региона заключается в изучении

тенденций развития проблем потребительского рынка в региональной экономике, признанных общественно значимыми и требующих внимания со стороны региональных органов власти в течение нескольких лет. В отличие от предыдущего метода проблемно-ориентированный метод управления позволяет сконцентрировать внимание на более острых проблемах мешающих развитию потребительского рынка региона

Совместное применение программно--целевого и проблемно-ориентированного подходов может повысить общую эффективность системы государственного регулирования потребительского рынка, за счет использования следующего двухуровневого подхода к процессу управления:

- в долгосрочном периоде, разрабатывая целевые программ развития потребительского рынка территории;

- в краткосрочном и среднесрочном периоде — оперативное государственное вмешательство при возникновении неучтенных обстоятельств в развитии потребительского рынка региона.

Региональные органы власти, основываясь на делегированных им полномочиях в использовании методов регулирования рынка, должны активно участвовать в оперативном управлении потребительским рынком, основываясь на проблемно-ориентируемом методе с учетом стратегических целей и программ развития рынка. [1,с.110]. Применение проблемно-ориентируемого метода в рамках регулирования потребительского рынка на уровне региона должно способствовать более эффективному управлению рынком за счет минимизации вмешательства и своевременного реагирования на существенные проблемы с учетом региональных особенностей за счет делегированных региональным субъектам полномочий в части использования регулирования рынка. [3,с.114].

Таким образом, проблемно-ориентированный метод позволяет предложить механизм регулирования потребительских рынков (рисунок 1).

Проблемно-ориентированный метод предполагает определение регулирующих инструменты и мер воздействия в рамках основных механизмов регулирования потребительского рынка и разработку процедуры принятия управленческих решений.

Вмешательство региональных органов власти согласно проблемно-ориентированному методу допустимо в случаях, когда проблемы потребительского рынка являются существенными и не будут со временем преодолены самим рынком. [4,с.265].

Рисунок 1. Механизм регулирования потребительских рынков территориальных субъектов на основе проблемно-ориентированного подхода

Поэтому необходим анализ существующих инструментов регулирования на предмет возможности возвращения рынка в равновесное состояние без дополнительных мер.Основной целью государственного регулирования потребительского рынка является достижение баланса интересов всех участников рынка: населения, государства и бизнеса. Однако в качестве основного ориентира необходимо рассматривать социально-экономическое положение населения: удовлетворение потребностей населения в качественных продуктах питания по минимальным ценам, обеспечение

равномерности распределения доходов среди населения и пр.

Таким образом, сущность и принципы проблемно-ориентированного метода государственного регулирования потребительского рынка, позволяют:

- ограничить государственное вмешательство, за исключением случаев возникновения существенных проблем на потребительском рынке;
- необходимость государственного вмешательства в регулирование рыночных взаимоотношений на потребительском рынке определять по результатам экономической диагностики потребительского рынка;
- оперативно реагировать на возникающие проблемы потребительского рынка.

Использованная литература

1. Потребительский рынок города: состояние и перспективы [Текст]: монография / колл. авт. под рук. Т.В. Усковой. - Вологда: ИСЭРТ РАН, 2012. - 111 с.

2. Э.А., Денисов, А.Ф. Государственное и региональное управление: Учеб. пособие. - М.: Экмос, 2002. - 320 с.

3.Смирнов, А. Модель функционирования регионального потребительского рынка / А. Смирнов // Предпринимательство. - 2006. - № 6. - С. 144-146.

4.Скопина, И.В. Развитие региональных потребительских рынков: Учебник / И.В. Скопина. - Киров: Издательство ВятГУ, 2004. - 385 с

УДК:333.45.(34.76)

Хусаинов О.ДЖ., ст.преподаватель
Хушвактов А. магистрант
Каршинский инженерно-экономический институт

АГРОСЕРВИС ОСНОВА ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОИЗВОДСТВА ПРОДУКЦИИ ЖИВОТНОВОДСТВА

Животноводческая отрасль обладает рядом специфических особенностей, которые в значительной степени определяют ее экономическую эффективность. Во-первых, отсутствует сезонность производства, продукция производится и реализуется равномерно в течение года. Во-вторых, продукция животноводства относится к продуктам первой необходимости, и независимо от экономической и

политической ситуации спрос на нее не исчезает совсем. В-третьих, продукции животноводства идут как непосредственно в продажу, так и на переработку, то есть рынок данной продукции – это рынок прямого и опосредованного спроса. В-четвертьих, животноводства достаточно гибко в отношении изменения масштабов производства по сравнению с другими отраслями сельского хозяйства, так как здесь в меньшей степени проявляется зависимость поголовья от количества и качества земельных угодий.

Из практики мировой экономики известно, что животноводческая отрасль является крупнейшим в мире потребителем продукции сельскохозяйственных угодий. В настоящее время в мире около 40 процентов стоимости валовой сельскохозяйственной продукции приходится на животноводство. В результате роста численности населения и его доходов, а также изменений диетических требований и требований к питанию, быстро растет потребность в животноводческой продукции.

Для достижения этих целей намечено разработка ряда мероприятий, предусматривающих внедрение новых подходов в сфере животноводства, в том числе, развитие научных-исследований в племеноводстве, укрепление кормовой базы животноводства, расширение посевных площадей под кормовые культуры, организация семеноводства и улучшение ветеринарных услуг. Рациональная реализация данных мероприятий является важнейшей задачей повышения эффективности отрасли. Поэтому, изучение путей решения существующих проблем в организации агросервиса, связанных с обеспечением производства продукций животноводства в соответствии с установленными медицинскими нормами потребления, является неотложной задачей.

Изменение климата, деградация пастбищ, демографическийрост населения и увеличение спроса на продовольственные товары требуют более эффективного использования имеющихся ресурсов, в том числе, совершенствования системы использования сервисной сферы при производстве животноводческой продукции. Известно, что без кардинального развития сервисной деятельности нельзя достичь положительных результатов в животноводческой сфере. С этой точки зрения требуется правильная организация сервисной деятельности, в том числе оказание племеноводческих и зооветеринарных услуг, обеспечение питания в соответствии с установленным рационом, организация переработки продукции и совершенствование других видов деятельности. В решении таких задач особое значение приобретает проведение научно- исследовательских работ, касающихся

развития сервисной сферы.

В период реформ, проводимых в аграрной сфере страны, необходимы новые подходы к сервисной деятельности, направленной на развитие скотоводческой отрасли. Пункты сервисного обслуживания дают возможность рационально вести сельского хозяйства путем формирования эффективных технологических, организационных и экономических связей, которые возникают в процессе производства. В будущем увеличение спроса на сельскохозяйственную продукцию приведет к повышению потребности в сервисных объектах. Это, в свою очередь, тесно связано с созданием новых рабочих мест.

Анализ теоретических и методологических основ агросервисной деятельности показывает, что формирование взаимовыгодных экономических отношений между производителями животноводческой продукции и фирмами, оказывающими услуги, приводит к созданию единого агросервисного комплекса. Исходя из этого, по нашему мнению, сервисная система в сфере скотоводства это комплекс сервисной деятельности, направленный на увеличение продуктивности и улучшение качества за счет рационального использования ресурсов в процессе производства, переработки, а также доставки продукции до потребителя.

Оценка эффективности сервисной деятельности в аграрной сфере проводится потребителями услуг, то есть сельхозпроизводителями. Качество, состав, приемлемая цена оказываемых услуг определяется производителями с учетом качества услуги, а на рынке продолжают свою эффективную деятельность только те учреждения, которые достигают высокой степени оказываемых услуг. Кашкадарьинская область занимает ведущие место по поголовью скота и объему производства продукции скотоводства. По итогам 2018 года в Қашкадаринской области насчитывалось 2566,4 тыс. голов крупного рогатого скота, в том числе 1427,1 тыс. голов коров, что по сравнению с 2015 годом увеличилось соответственно на 2,9 и 2,7 процента. В 2018 году было получено 2538,1 тонна молочной и 1125,4 тысячи тонн мясной продукции, то есть за последние три года производство увеличилось, соответственно на 9,3 и 8,6 процента.

В Указе Президента Республики Узбекистан №УП-4947 от 7 февраля 2017 года «О Стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан» обозначена целевая программа развития сервисной сферы животноводства, как одной из основных отраслей сельского хозяйства. С 2016 по 2018 годы в республику было завезено 175 тысяч голов племенного скота из Голландии, Польши, Украины, Белоруссии. В рамках Указа № 3318

от 10 октября 2017 года «Об организационных мерах по дальнейшему развитию фермеров, дехканских хозяйств и землевладельцев предусмотрено распространение опыта передовых фермерских хозяйств по республике.

В повышении продуктивности и эффективности отрасли системное и рациональное использование возможностей агросервиса и прежде всего возможностей материально-технического обеспечения, развития племенного дела, зооветеринарных услуг и других имеющихся рычагов развития является требованием времени. Исходя из этого, считаем целесообразным внедрение в аграрную сферу сервисной системы в качестве кластерной формы хозяйствования.

Значение и содержание понятий «кластер» и «комплекс», даны определения этим дефинициям. М.Портер в своей работе дает классическое описание кластера, то есть «это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний и связанных с ними организаций, действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга. За счет широкого внедрения сервиса на кластерной основе хозяйствования в сельскохозяйственном производстве можно повысить конкурентоспособность национальных продуктов на внутренних и внешних рынках, и в первую очередь, обеспечить внедрение современных высокотехнологичных видов сервиса за счет структурных изменений хозяйственной деятельности. В частности, в Бухарской и в Сырдарьинской областях определены направления внедрения в практику кластерной формы хозяйствования в хлопководстве как альтернативного варианта. Кластерная форма хозяйствования на животноводческом комплексе фермерского хозяйства «НИЯТ», расположенного в Касанском районе, и обоснована его несмотря на то, что в Кашкадарьинская области в 2015-2018 годы 95,3 процента поголовья крупного рогатого скота была сосредоточена в дехканских хозяйствах и у собственников приусадебных участков, они использовали лишь 31,4 процентов посевных площадей кормовых культур.

Преимущество фермерских хозяйств в том, что они обладают 77,1 процентом посевных площадей кормовых культур, при наличии у них всего 5,5 процентов поголовья крупного рогатого скота. Фермерские хозяйства произвели всего 5,5 процентов молока, 4,3 процента мяса от общего объема

произведенной продукции. В Кашкадаринской области в 2018 году площадь посева кукурузы назерно составила 5151 гектаров, общий урожай 22412 тонну. В фермерских хозяйствах собрано 9210 тонн зерна, в дехканских хозяйствах 8202 тонн. Корм, выращиваемый в

фермерских хозяйствах после покрытия своих потребностей, реализуются дехканским и личным подсобным хозяйствам.

Показатели молочной продуктивности коров в фермерских хозяйствах

составляют 2454 кг/год, в дехканских хозяйствах 1990 кг/год. Необходимо в

фермерских хозяйствах предпринимать меры по эффективному использованию площадей кормовых культур, по дальнейшему укреплению материально-технической базы, по улучшению качества семеноводства кормовых культур, а также питательности кормов. А также, приемлемым считается выбор той функции, которая применима при стохастическом линейном анализе. Функция стохастического линейного анализа Транслог является эффективной функцией Кобба-Дугласа и наиболее важной ее особенностью считается то, что она учитывает распределение ресурсов между собой, поэтому и превосходит их.

Литературы

1.Указ Президента Республики Узбекистан от 07.02.2017 г. № УП-4947 «О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан » Собрание законодательства Республики Узбекистан. 2017. № 6 (766),№ 36.

2. Эргашев Р.Х., А.Д.Равшанов- Инновационной направления устойчивого развития аграрного сектора Узбекистана, IV Международной научно-практической конференции "Формирование эффективной модели развития предприятия в условиях рыночной экономики" Житомир, (24-25ноября 2016 года) 325-327 стр.

УДК:338.45:63.626.81

Шохужаева З.С., к.э.н., доцент
кафедры «Экономики»
Каршинский инженерно-экономический институт

ПРОБЛЕМА РАЦИОНАЛЬНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ В ОРОШАЕМОМ ЗЕМЛЕДЕЛИИ РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

Реформы, проводимые в сельском хозяйстве, направлены на поднятие эффективности использование орошаемых земель и водных ресурсов. В условиях дефицита оросительной воды орошаемые земли не всегда обеспечены необходимым объемом воды для полива

сельскохозяйственных культур. Существуют проблемы рационального использовании оросительной воды, связанные фактической потребности каждой культуры в воде. При реальной информации о водопользования, можно правильно оценить результаты деятельности хозяйство. Как отмечал Президент Республики Узбекистан “Мы должны научиться теперь рациональному использованию имеющихся водных ресурсов”.

Эффект водосбережения не сводится исключительно к экономии оросительной воды. Доказано, что бережное ее расходование увеличивает продуктивность орошаемого земледелия. Нам известно, что оценка эффективности использования оросительной воды по удельным затратам ее на единицу сельхозпродукции показывает, что в среднем оросительная норма « брутто поля» хлопчатника составляет 7243 м3 / га , в том числе 2039 м3 / га промывка и влагозарядка, 5204 м3 /га, - вегетационные поливы. При средней урожайности хлопчатника на уровне поля 2,33 т/ га, средневзвешенные затраты оросительной воды на единицу урожая составляют 3110 м3 /га при продуктивности использования воды на уровне поля 0,32 кг/ м3 (эти показатели могут колебаться в пределах 1600…10340 м3 /т и 0,1….0,63 кг/ м3 соответственно). Для озимой пшеницы средневзвешенная оросительная норма «брутто-поля» составила 4575 м3 /га. При средней урожайности 2,23 т/га затраты оросительной воды - 2080 м3 /т при продуктивности использования оросительной воды на уровне поля 0,49кг/ м3.

Завышенная водоподача на поля приводит к снижению продуктивности земли, так как с одной стороны, обусловливает вымыв из почвы питательных элементов, восполнение содержания которых при нынешней дороговизне минеральных удобрений весьма проблематично, с другой – при недостаточной дренированности земель подъем грунтовых вод и засоление почв.

Эффективному использованию оросительной воды способствует и рациональный выбор размеров поливного участка. В республике снижения потерь урожая добиваются за счет строгого соблюдения технологических правил возделывания сельскохозяйственных культур.

Мы верим, что научно-обоснованный подход в управлении водными ресурсами позволит решить самые серьезные проблемы, связанные с нехваткой оросительной воды. Рациональное использование водных ресурсов не только позволит избежать потери урожая сельскохозяйственных культур, а также увеличит их.

Проблема рационализации использования водных ресурсов в ирригации является вопросом выживания человечества в условиях увеличения потребности к продовольствию. По данным ЮНЕСКО-

Water, более 2.00 млрд. человек ежегодно недоедает, около 10 000 человек в день погибает из-за недостатка продуктов питания. Ирригация, которая занимает только 10% всех сельскохозяйственных угодий мира, обеспечивает выращивание более половины всех сельскохозяйственных продуктов. При этом ирригация является самым основным водопотребителем и в ближайшие 10 лет использование водных ресурсов в ирригации должно увеличиться в два раза.

Обеспечение ирригации водными ресурсами является наиболее проблематичным в условиях стран с ограниченными водными ресурсами. Существующие водные ресурсы распределены и используются полностью, ресурсов свободных для освоения новых земель или улучшения водообеспечения существующих земель почти не существует. При таких лимитирующих условиях рациональное, более эффективное использование существующих водных ресурсов позволит улучшить ирригацию земель в зонах орошаемого земледелия.

Кроме, дефицита водных ресурсов, регион Центральной Азии на сегодняшний день превратился в один из центральных точек геополитики, где тесно переплетаются интересы разных стран, политических и финансовых групп и течений. Этому способствовало географическое расположение, минеральные ресурсы и политические изменения происходившей после приобретения независимости стран региона. На сегодня существует много факторов, влияющих на стабильность, на устойчивое экономическое и политическое развитие региона. Такими факторами, по мнению политиков, являются межнациональные отношения, религиозные отношения, территориальные и водные проблемы. Среди перечисленных проблем распределения и рационального использование ограниченных водных ресурсов в условиях Центральной Азии стоит особняком. Если, межнациональные, религиозные и территориальные (демаркации границ) проблемы по характеру являются больше политическими, то проблемы связанные с водными ресурсами затрагивают в первую очередь самые основные права человека – права на жизнь.

Проблемы, связанные с водными ресурсами, при желании и усилии народов Центральной Азии очень легко превращаются от политической проблемы к экономической и технической, от яблока раздора к фактору интеграции.

Вода, по законам формирования и по природным характеристикам относиться, наряду с атмосферным воздухом, к группе ресурсов, имеющих трансграничные характеристики. Она формируется на территории отдельных стран, пересекает территории различных стран, раздавая жизнь всем, не разделяя людей по границам и

национальностям. Все страны, привлеченные в систему трансграничных водных систем, по велению истории, вынуждены сотрудничать в управлении и использовании водных ресурсов. Только путем рационализации использования водных ресурсов в различных отраслях народного хозяйства, можно достичь устойчивое развитие в трансграничных водных бассейнах.

Водные ресурсы играют решающую роль в развитии народного хозяйства аридных регионов, которые являются главным лимитирующим фактором в достижении стабильных уровней развития общества. В валовом национальном доходе Республики Узбекистан роль орошаемого земледелия очень высока.

Задачи и направления рационализации использования водных ресурсов и утилизации сточных вод в коммунально-бытовом хозяйстве и промышленности известны, технология и техника их решения в основном разработаны. Они заключаются в полной канализации территории, очистки и повторном использовании сточных вод. В промышленности это достигается внедрением безводной и маловодной технологии в производстве с полным замыканием водоснабжения утилизацией отходов. Постепенное осуществление этих мероприятий, а также ужесточение их контроля, в связи с переходом на рыночную экономику, проблема водообеспечения отраслей не создает дополнительных проблем.

Проблема рационального использования ограниченных водных ресурсов для ирригации является не только региональной проблемой, а глобальной проблемой. Существуют следующие направления по рациональному использованию водных ресурсов:

- технические мероприятия, внедрение высокоэффективных способов полива. Современные мероприятия по рациональному использованию водных ресурсов в ирригации;
- повышение экономической составляющей рационального использования водных ресурсов, применение рыночных механизмов при управлении водными ресурсами. Введение оплаты за использование водных ресурсов;
- организационные мероприятия по рациональному использованию водных ресурсов, изменение структуры управления в водном хозяйстве для их рационализации.

Вопрос рационализации использования воды в орошаемом земледелии и утилизации формирующихся КДВ изучен достаточно широко, освещены почти все её аспекты. Но создавшаяся напряженная экологическая ситуация требует изменить подход к рационализации использования водных ресурсов, при этом, кроме учета требований по

экономии воды, возникает независимый фактор окружающей среды. С такой точки зрения более перспективным является создание в орошаемом земледелии бессточных систем водопользования. При решении вопроса о бессточном использовании воды на орошение нужно исходить из создавшихся экономических условий. Не отрицая преимущества таких способов полива, как дождевание, капельное орошение и других современных методов полива, надо учитывать их экономические показатели. Существующие экономические реалии не позволять переходить повсеместно на новые технологии, а создавшиеся водно-экологические условия требуют принятия незамедлительных мероприятий.

Таблица №1

Краткие технико-экономические характеристики различных способов полива, $.

Технико-экономические показатели	Поверх-ностный способ полива по бороздам	Дождева-ние	Капель-ное орошение
Капитальные вложения на 1 га орошаемого поля.	100	600-700	700-2100
Эксплуатационные затраты на 1 га.	30-35	60-80	60-80
Коэффициент эффективного использования воды (КЭИВ)	0.40-0.85	0.80-0.96	0.80-0.96

В условиях рыночной экономики при выборе способов полива всегда будут преобладать экономические показатели, поэтому развитие орошения в существующих условиях, будет ориентироваться на сохранение бороздового полива, на ближайшее 15 …20 лет, как основного способа полива дождеванием и капельной орошений. Например, в западных штатах США 75% орошаемых земель поливается поверхностным способом.

При этом требуется разработать целостную стратегию рационализации использования воды на орошение, а также снижение влияние бороздового полива на окружающую среду, через формирующихся в больших объёмах КДВ.

В существующих условиях разработка мероприятий по рациональному использование водных ресурсов на уровне опытных участок не даст эффекта, ибо только комплексный подход позволит повысить эффективность использования ограниченных водных ресурсов. Мероприятия по рациональному использованию водных ресурсов в орошаемых землях республике Узбекистан, можно разделить на 3 группы:

1. Мероприятия по распределению и управлению водными ресурсами на уровне бассейна рек или Водохозяйственного комплекса (ВХК).

2. Мероприятие по увеличению кратности использованию воды, путем совместного использования грунтовых вод (ирригационно-грунтовых вод, формировавшихся в последствии ирригации) и поверхностных вод на орошение.

3. Мероприятие по снижению затраты воды на единицу урожая путем внедрения научно-обоснованных оросительных и поливных норм.

Экономное расходование воды более выгодно водопотребителю, чем доставка её со стороны за деньги. Так, если продуктивность использования воды составляет сейчас 0,03…. 0,15 доллара, то доставка её кое-где уже обходится более чем в 0,1 доллара за кубометр.

Стоимость формирования водного ресурса с помощью, комплексной реконструкции или опреснения превышает в последнее время 0,3….0,5 доллара за кубометр. Всё это необходимо учитывать, рассматривая пути и направления работ по удовлетворению спроса на воду, не упуская из виду рост водопотребления в связи ежегодным 2,5% приростом населения региона.

В качестве экономических рычагов водосбережения на уровне водопользователей необходимо внедрить следующие мероприятия.:

- увеличение платы за использование воды при заборе её в объеме, превышающем технически достижимый или биологический уровень потребления;
- поощрение водопользователей за экономию воды - в виде премиальных выплат поливальщикам,
- налоговые и тарифные льготы.

Такие выплаты должны стимулировать интенсификацию сельскохозяйственного производства и применение новых технологий выращивания сельскохозяйственных культур, например под пленкой или мульчей.

- Разрешение на продажу собственных лимитов воды другим водопользователям;
- Премиальная система оплаты работы водохозяйственных органов, предусматривающая вознаграждение за экономию воды.
- Организационные мероприятия по экономному расходованию воды:
- Постепенное ужесточение лимитов на уровне водопользователей;
- Создание адекватного общественного мнения, пропаганда

водосбережения;

- Особая задача АВП – участие в организации строгого водооборота и лимитированного использования воды исполнение финансовых обязательств перед поставщиками воды;
- Постепенный переход на планирование водопользования исходя из показателя расхода воды на единицу продукции.

Литература:

1. Указ Президента Республики Узбекистан «О Государственной программе орошения и орошения орошаемых земель на 2018-2019 годы». 27 ноября 2017 г. PQ - 3405
2. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан «О мерах по эффективному внедрению и финансированию систем капельного орошения и других водосберегающих технологий орошения». 21 июня 2015 г. Выпуск 176
3. Джалолов С.Ч. Орошаемое земледелие в условиях дефицита водных ресурсов. –Т.: “Chinor ENK”, 2000. –199 с.
4. Шохужаева З.С. Пути устойчивого управления водными ресурсами бассейна реки Кашкадарья. м. Житомир, 2016. -323-325 с.
5. Z.S.Shoxo’jaeva, A.B.Kurbonov**.** Sustainable Development Of The Agrarian Sector Depends On The Efficient Use Of Water Resources. International Journal of Engineering and Advanced Technology (IJEAT).

УДК:333.23.(11.6).56

Эргашев Р.Х., д.э.н. , профессор
Каршинский инженерно-экономический институт
Беглаев У.Х., докторант
Ташкентский государственный аграрный университет

ЗНАЧЕНИЕ СОЗДАНИЯ КЛАСТЕРА В РЫБНЫХ ХОЗЯЙСТВАХ

Основная цель социально-экономической политики государства заключается в обеспечении и повышении высокого уровня жизненного уклада населения. На сегодняшний день обеспечение населения страны высококачественными и доступными рыбными продуктами является задачей национальной безопасности. Проблему развития национального экономического состояния страны можно решить путем создания системы стабильного экономического управления. Нынешнее состояние рыбоводства требует глубокого изучения социально-

экономического состояния рыбных хояйств для их дальнейшего развития и осуществления научно-исследовательских работ по решению проблем. Для этого следует решить самые важные задачи, стоящие перед нами, то есть такие комплексные задачи, как повышение объема производства продукции, улучшение ее качества, повышение эффективности землепользования в землях фермерских хозяйств и приусадебных участков населения, что требует в первую очередь найти настоящих хозяев земли; реализация, хранение, переработка сельхозпродуктов, их экспортная направленность и обеспечение средствами.

Для развития отрасли в нашей стране на сегодняшний день намечены основной целью создание и развитие рыбных кластеров.

Основная цель кластера заключается в организации производства высококачественной рыбы, применяя передовые инновационные технологии, и повышении ее конкурентоспособности в условиях рыночной экономики.

Государственная экономика опирается на сильные аспекты кластера, так как существуют заключения, что без них даже самая развитая экономика может добиться только средних результатов. Социально-экономическая эффективность кластеров распределяется по направлениям его участников:

– новые производители, приходящие из других отраслей, поощряя научно-исследовательские работы и обеспечивая новые стратегии, ускоряют процесс развития;

– возникает свободный взаимообмен информацией, новости быстро распространяются по каналам потребителей и доставщиков продукций;

– взаимосвязи внутри кластера приводят к появлению новых возможностей в конкуренции;

– создаются новые возможности для человеческого капитала, развития и внедрения в производство его научных идей.

Создание инновационной системы в рыбных кластерах наряду с получением высококачественной продукции дает возможность поставить управление на верный путь.

Принятие в нашей стране ряда законов и постановлений по организации рыбных кластеров и предоставлении им льгот свидетельствует о необходимости коренного изменения отрасли и необходимости применения современных технологий.

Наряду с этим было решено поэтапно специализировать рыбные хозяйства, владеющие водоёмами и имеющие возможность обеспечивать непрерывным водоснабжением, на выращивание рыб интенсивным методом.

В частности, на комплексное производство: созданы рыбные кластеры, специализированные на инкубационный цех, выращивание икры и товарной рыбы, корма для рыб, богатого высококачественным белком, переработку и хранение.

В 2019–2021 годах был разработан проект целевых программ по созданию рыбных кластеров. Кластеры с годовой мощностью выращивания рыбы не менее 50 тонн, начиная с 2019 года, в первые 3 года освобождаются от всех налогов и принудительных отчислений в целевые фонды государства.

Кластерная инфраструктурная система в рыбном хозяйстве

В срок до 1 ноября 2021 года освобождаются от расходов на:

- племенную рыбу- рыбную икру, а также необходимые для инкубации, лаборатории, интенсивного рыболовства, переработки,

замораживания и хранения рыбопродуктов оборудования, принадлежности, механизмы и их запасные части, которые не выпускаются в нашей республике, приборы обеспечения альтернативной энергией, специальную технику для мелиоративных работ и транспортные средства для перевозки живой рыбы;

- таможенные пошлины (кроме сборов на таможенное оформление) на привозимые для нужд рыбных хозяйств зарубежными организациями и их дочерними предприятиями, фирменными магазинами, дилерскими сетями и предпринимательскими субъектами из-за рубежа комбикорма и минеральные удобрения (аммофос).

Кроме этого планируется внедрение ставок единого дифференцированного земельного налога на рыбные хозяйства, исходя из урожайности рыбы, выращенной на площадях искуственных водоёмов.

В 2018 году для выращивания рыбы в нашей республике было использовано 581 тысяча гектаров водоёмов, в которых вели свою деятельность 3600 рыбных хозяйств. В 2019 году создано еще около 4000 рыбных хозяйств. Если в 2018 году было выращено 94,4 тысячи тонны рыбы, то намечается к концу 2019 года этот показатель довести до 201,5 тысяч тонн. Для дальнейшего развития рыбоводства категорически требуется решить ряд весьма важных проблем, в частности проблему стабильности рыбных хозяйств, и самое главное, задачи, связанные с повышением их эффективности.

Оценивание деятельности рыбного хозяйства следует проводить на основе ряда критериев. Критериями оценки деятельности в рыночных условиях должны быть их производительная эффективность и финансовые результаты, уровень прибыльности производства.

Наряду с тем, что рыбные хозяйства в республике занимают видные места, они также обеспечивают население качественными рыбопродуктами.

Литературы:

1. Сведения ассоциации “Ўзбекбалиқсаноат”, 2018 г.

2.Agro Hidro News №2 2019г

3. Эргашев Р.Х.,Шодиев Б.Роль и значение налогов в корпоративных финансах. Http://znau.edu.ua/images/images-news/2018/

УДК 336

Юнусов И.Х., магистрант
Таджикский Государственный
Университет право, бизнеса и политики

ПОНЯТИЕ И ВИДЫ ЛИЗИНГА, ОТЛИЧИТЕЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ ОТ АРЕНДЫ И КРЕДИТА

Лизинг достаточно давно получил широкое распространение во многих странах мира и, прежде всего, в странах с развитой рыночной экономикой. Содержание и роль экономической сущности лизинга в теории и на практике трактуются по-разному. Одни считают лизинг как своеобразный и перспективный способ кредитования производства и предпринимательской деятельности, другие авторы отождествляют его с финансовой арендой или долгосрочной, которая сводится к наемным, подрядным, прокатным отношениям, третьи авторы отмечают лизинг завуалированным способом купли - продажи средств производства или права пользования чужим имуществом, а четвертые интерпретируют лизинг как действия за чужой счет, то есть управление чужим имуществом по поручению доверителя. В своей работе «Лизинг» В.М. Джуха также приводит следующее определение лизинга - это особый вид инвестирования временно свободных или привлеченных финансовых средств для приобретения в собственность у определенного продавца лизингодателем (арендодателем) оговоренного с конкретным лизингополучателем (арендатором) имущества и предоставления затем этого имущества данному арендатору во временное пользование за определенную плату. [1]

Рассмотрев существующие определения, мы предлагаем следующее определение понятия «лизинга» как вид услуги по инвестиционной деятельности, включающий комплекс имущественных отношений, складывающихся при передаче имущества во временное пользование с правом последующего выкупа. В настоящее время достаточно серьезное обоснование получила классификация видов лизинга:

Таблица №1.

Разновидности лизинга[1]

№	Вид лизинга	Содержание
1.	Прямой лизинг	собственник имущества (поставщик) самостоятельно сдает объект в лизинг.
2.	Косвенный лизинг	передача имущества в лизинг происходит через посредника. Участники лизинговой сделки поставщик, лизингодатель и лизингополучатель.
3.	Генеральный лизинг	лизингодатель и лизингополучатель заключают

		общий договор, предусматривающий право лизингополучателя дополнять в список оборудования для лизинга без заключения новых контрактов, в пределах, зафиксированных в генеральном договоре лимитов.
4.	Открытый лизинг	содержит условия о продлении договора на оговоренных заранее условиях по истечении основного срока лизинга.
5.	Сезонный лизинг	размеры лизинговых платежей зависят от сезонного потока наличных средств у лизингополучателя, связанного с эксплуатацией имущества, которым он распоряжается.
6.	Возобновляемый лизинг	предусматривает периодическую замену ранее сданного в лизинг оборудования более совершенным моделям.

1.Источник: Газман В.Д. Лизинг: теория, практика, комментарии. - М.: изд-во Фонд «Правовая культура», 1999.

При значительном количестве общих черт лизинга, аренды и кредита имеют и существенные различия.

- ❖ лизингополучатель это физическое или юридическое лицо, которое в соответствии с договором лизинга обязано принять предмет лизинга за определенную плату, на определенный срок и на определенных условиях во временное владение и пользование в соответствии с договором лизинга;
- ❖ лизинговый платеж - это сумма платежей по договору лизинга за весь срок действия договора, в которую входит возмещение затрат лизингодателя, связанных с приобретением и передачей предмета лизинга лизингополучателю, возмещение затрат, связанных с оказанием страхования, обслуживания и ремонт предмета лизинга, а также доход лизингодателя;
- ❖ арендатор это физическое или юридическое лицо, заключившее с собственником какого-либо имущества договор аренды, которое получило во временное пользование и владение имущество;
- ❖ арендная плата — это плата за пользование имуществом;
- ❖ заемщик это физическое или юридическое лицо, которое получило временно свободные денежные средства и обязуется вернуть в установленный срок и заплатить проценты за пользование ссудой;
- ❖ проценты за пользование кредитом - это денежная сумма, которая исчисляется исходя из суммы кредитования по установленной ставке в кредитном договоре за срок кредитования и подлежащая уплате кредитору заемщиком на условиях и в порядке, предусмотренном кредитным договором.

Сравнительная характеристика лизинговой сделки с арендой, с кредитом позволяет установить, что в действительности лизинг имеет более сложную правовую и экономическую природу. Основная отличительная особенность лизинга от кредита и аренды - это налоговые льготы и амортизируемые льгот:

имущество по лизингу учитывается на балансе лизингодателя или лизингополучателя по согласованию между ними;

лизинговые платежи относятся на себестоимость производимой продукции (услуг), что соответственно уменьшает налогооблагаемую прибыль;

ускоренная амортизация, исчисляемая оговоренным в контракте сроком, уменьшает облагаемую прибыль и ускоряет обновление материально технической базы.

Список используемой литературы:

1. Джуха В.М. Лизинг. - Ростов на Дону, изд-во «Феникс», 1999

2. Донцова Л.В., Никифорова Н.А. Анализ финансовой отчетности: Учеб. Пособие. - М.: Дело и сервис. 2007. - 336с.

3. Камышанов П.И., Камышанов А.П. Бухгалтерский финансовый учет: Учебное пособие. - М.: Омега-Л, 2006. - 590 с.

4. Гуккаев В. Б. Лизинг. Правовые основы, учет, налогообложение // Главбух, 2002, №7.

СЕКЦІЯ 3

Перспективи інтеграції економіки, підприємництва, маркетингу та логістики підприємств

UDC 339

Associate Professor Teodora Filipova, PhD
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov, Bulgaria

WOMEN COMMERCIAL INTERMEDIATION SKILS ANALISYS

The purpose of the development is to derive and analyze the key commercial intermediation competences necessary for starting a business of low-skilled women in Bulgaria and Italy. The stated goal requires the following tasks to be solved: practical clarification of the skills and competencies of women entrepreneurs and characterization of the Bulgarian woman entrepreneur; adaptation of the methodological framework of the study and comparative analysis of the results obtained by the respondents from Italy and Bulgaria.

The National Competency Assessment System developed by the Bulgarian Industrial Association, https://mycompetence.bg/ has 26 positions in the field of retail trade. The common framework of knowledge, skills and competences for this sub-sector trade covers [1]:

Knowledge: • basic theoretical-applied knowledge; • Knowledge about business; • knowledge of instruments, tools and technical equipment; • knowledge of regulatory requirements, rules and standards; • Knowledge about organization and fictional interaction; • knowledge about inter personal interaction.

Skills: • cognitive skills; • technical skills; • marketing and commercial skills; • organization skills; • soft skills.

Competencies: • Work with tools, machines, equipment; • Working with statutory regulation, standards and requirements; • Management, finance and administrative support; • Marketing and sales; • Social and communicative competences; • Loyalty and integrity.

The general framework of knowledge, skills and competences for the wholesale trade sub-sector covers 26 posts:

Knowledge:

• basic theoretical-applied knowledge;
• Knowledge about business;
• knowledge about processes and operations;
• knowledge about material resources;
• knowledge of regulatory requirements, rules and standards;
• Knowledge about organization and fictional interaction;
• knowledge about inter personal interaction;

Skills:

• cognitive skills;

• technical skills;
• marketing and commercial skills;
• organization skills;
• business skills;
• Soft skills;
• Self-improvement and self-control skills.

Competencies:

• Management, finance and administrative support;
• Marketing and sales;
• Personal effectiveness and self-improvement.

The institutional environment for entrepreneurship development should not be underestimated [2].

To measure the psychological profile of the women entrepreneur, a five-step Likert scale of type Strongly agree, Agree, Disagree, Strongly disagree, DK / NA is used. The number of women interviewed in Tsenov Academy was 105, in Italy – 101, in total – 206, with over 97% of the surveys being completed without missing cases. Questionnaire processing was performed using the SPSS software product, where descriptive statistics, frequency distributions were used

Knowledge of the rules and contracts for trade mediation is a competence with the highest average score of Bulgarian women wishing to develop a business in the field of services (3.40), while the lowest average is the start-ups in the field of e-commerce (2, 43). Data from women surveyed in Italy show that those with the highest average competence are those employed in trade (3.50) and the lowest rated are women working in industrial production (2.00). It can be summarized that it is necessary to increase the knowledge and skills of women participating in the target group for the knowledge of the rules and contracts for trade mediation, because of the very low highest coefficients in Bulgaria and Italy.

Knowledge of the rules and contracts for commercial representation is a leading competence, according to women surveyed in Bulgaria, for those wishing to develop a business in the field of services worth 3.07. The most incompetent in this respect are the starters in the field of e-commerce (2,38). The results of a study in Italy indicate that women with the highest average score in 'knowledge of the rules and contracts for commercial representation' are trade workers (3,33). Low-skilled women from Italy are employed in industrial production - 2.00. It may be summarized that it is necessary to increase the knowledge and skills of women participating in the target group in knowing the rules and contracts for trade representation, due to the very low highest coefficients in Bulgaria and Italy.

Women surveyed in Bulgaria indicate that knowledge of franchising as a

form of intermediation is a leading competence in the Services sector (3.00). Women in business start-up in industrial production (2.25) and logistics (2.33) have low competencies in this field. Respondents from Italy have the highest average score for franchising knowledge as a form of logistics brokerage (3.30) and the lowest for women active in e-commerce (2.22). It can be summarized that it is necessary to increase the knowledge and skills of women participating in the target group for the knowledge of franchising as a form of intermediation due to the very low coefficients in Bulgaria and Italy.

Respondents from Bulgaria indicate that their knowledge of leasing and leasing schemes is a competence with the highest average coefficient in services (3.00), and the lowest level is reported in women starting a business in industrial production (2, 25) and logistics (2,33). Data from Italy show that there are women in the trade with the highest rating on this indicator (3,39). The lowest average level of knowledge of leasing is among women employed in industrial production (2,33). It can be summarized that it is necessary to increase the knowledge and skills of women participating in the target group for their knowledge of leasing and leasing schemes because of the very low coefficients in Bulgaria and Italy.

The knowledge of factoring and the application of factoring operations is most strongly present in Bulgarian women starting a business in the field of agriculture - 2.57. The lowest average coefficient for women in Bulgaria is 2.00 and refers to those wishing to engage in industrial production. Respondents from Italy indicated that they had the highest average knowledge of factoring and the application of factoring operations when operating in the logistics sector (3,30). The lowest score for this competence is female entrepreneurs in agriculture (2.50). It can be summarized that it is necessary to increase the knowledge and skills of women participating in the target group for their knowledge of leasing and leasing schemes because of the very low coefficients in Bulgaria and Italy.

Knowledge about commission brokerage is the highest average among Bulgarian women entrepreneurs who wish to develop business in the field of trade and industrial production with equal value of 3.00. Bulgarian women surveyed indicate that the lowest is the start-up in the Agriculture sector - 2.57. Results of a survey of women in Italy indicate that logistics professionals (3.50) have the highest average score, and women with e-commerce have the lowest average score for commission mediation competencies - 1, 89.

Knowledge of freight forwarding is the highest average among Bulgarian female entrepreneurs wishing to develop a business in the field of trade worth 2.90. Bulgarian women surveyed indicate that the lowest is the startup in the

Agriculture sector - 2.28, followed by E-Commerce by 2.38. Respondents from Italy indicated that they had the highest average knowledge of freight forwarding in trade (3.00) and the lowest score for this competence were women entrepreneurs in services (2.09), followed by e-commerce by 2.22. It can be summarized that it is necessary to increase the knowledge and skills of women participating in the target group for freight forwarding due to the very low coefficients in Bulgaria and Italy.

The competencies for exercising control over the execution of the brokerage contracts are the highest average among Bulgarian female entrepreneurs wishing to develop a business in the field of logistics with a value of 3.00, and the lowest are the start-ups in the field of electronic trade (2.40). Respondents from Italy indicated that they had the highest average knowledge of exercising control over the execution of logistics brokerage contracts (3.60), with the lowest score for this competence being women entrepreneurs in the field of e-commerce (1.89).

The summary of the empirical results is:

• The two target groups in Italy and Bulgaria, regardless of the economic activity in which they plan to do business, need training to enhance their trade competences, due to their low average knowledge levels ranging from 1.89 to 3.60;

• Bulgarian women wishing to develop business in the field of industrial production, logistics, trade and agriculture have the lowest average levels of knowledge of individual trading competencies;

• The same is true for the Italian respondents, where the lowest average levels are in economic activities - industrial production, services, e-commerce, agriculture.

• The highest average levels for individual competencies indicated that Bulgarian women wished to start a business in services and trade, while trade and logistics were at similar high levels in Italy.

References:

1. https://mycompetence.bg/

2. Перков, В. Влияние на институционалните промени върху аграрното предприемачество. Икономика и управление на селското стопанството, бр. 5/2008, стр. 11-14.

UDC 330

Kharchenko T.M., PhD in Economics,
Associate Professor Sumy National Agrarian University
Su Yahui, student of master's degree
Faculty of Agricultural Technology
and Environmental Management,
Sumy National Agrarian University
Nandosora Katjatako, student of master's degree
Faculty of Agricultural Technology
and Environmental Management,
Sumy National Agrarian University

MARKETING PHILOSOPHY OF GREEN BUSINESS COMPANIES

Modern marketing is focused on making profit through maximizing customer's satisfaction. However, it is worth noting that the speed of development of marketing technologies leads to the fact that both the consumer and the buyer need to think about responsible consumption of goods and services.

The term "green economy" is a state of economic development - the industrial economy adapts to human environmental protection and health need [1]. Green marketing is a management process that can identify, anticipate and meet the social demand of consumption, and can bring profits and sustainable operation [2].

Green marketing embodies the enterprise to meet the interests of consumers and the common aspirations of human beings, establishes the coordination mechanism of the unity of opposites between human beings and nature, and represents the future direction of enterprise survival and development and enterprise behavior.

Economic activities refer to all activities that human beings obtain and use all kinds of means of life through labor process or paying appropriate price in order to survive under certain social organization and order. In short, economic activities are aimed at meeting people's needs.

We know that green economy is a historical process of economic activities. It is an economy characterized by maintaining human living environment, reasonably protecting resources and energy, and benefiting human health. It is a balanced economy.

Because we have been deeply plagued by the traditional economic growth model, in the past 200 years, every industrialized area has experienced a process of high pollution, high consumption and low efficiency. The green economy is not just a fashion label, he wants to help companies use the least

consumption to produce the most popular products. Of course, there is a logical relationship. If the enterprise produces according to its own wishes, regardless of what the consumer needs, this is the planned economy that the Soviet Union has ever implemented. Of course, this has been abandoned by history. The economic activities of enterprises should not be blind, and the market should serve as the origin of all economic activities.

The market should be the source of the product design concept. The custom economy that was not paid attention to before is the representative of the green market economy. For a producer, the market will make their production targets clear, and they can avoid worthless trial and error, which can reduce a lot of consumption and reduce pollution.

Bespoke is one of the examples. The word "bespoke" originated in Savile Row, meaning tailored to individual customers. Savile Row is a shopping district in central Mayfair, London, known for its traditional bespoke tailoring industry. With the development of the times, the meaning of the word "customization" has gradually been enriched, such as custom clothing, gifts, and even customized skin color, customized vegetables, etc., to cater to people's pursuit of quality and personality, customization is the true personality Consumption. Among the “Top Ten Technologies for Changing the Future” predicted by the United States, “customized customization” is ranked first, and its market position is increasingly recognized. Green marketing requires enterprises to implement the principle of combining their own interests, consumer interests and environmental interests.

The demand for green products in the developed countries of the world is very wide, and developing countries cannot truly realize the greening of all consumer demand due to reasons such as capital and consumption. Taking China as an example, at present, only some foods, home appliances, and communication products can be partially greened; and developed countries have implemented and realized green consumption of all products through various channels and means, including legislation. Thereby, it has cultivated a very broad market demand base and laid a solid foundation for the development of green marketing activities. Taking green food as an example, the demand for green food in the UK and Germany is completely self-sufficient. The UK imports 80% of the total food consumption each year, and Germany has 98%. This shows that the market potential of green products is very large and the market demand is very wide [2].

Green products not only meet the core needs of consumers in terms of the core functions of products, but also meet the corresponding technical standards in terms of performance and quality, with market competitiveness and "green" characteristics. However, compared with the traditional economy, the disadvantages of green economy are obvious: high price, low

market share and low recovery rate of recyclable products.

Free trade should be the core criterion for green economic activities. If green companies want to survive in the market, they must innovate in marketing. All marketing strategies and innovative means should be built around green products. It is conducive to let the market and consumers have a deep understanding of green products, guide consumers to buy and consume correctly, establish a green image of the company, and occupy the market competitive advantage and competitive advantage position [3].

One of the important elements of green product development is the promotion of eco-labels on the products. Eco labeling is an effective tool which can provide the information on two main functions which is the information function that addresses the quality characteristics of the tangible product and the value function which provides the corporate environmental image of the firm [4].

As conclusion, green marketing is a comprehensive embodiment of the company's green business philosophy, and it needs the support of the enterprise green technology model, production model and organization management model. The success of corporate green marketing is not in fact the marketing activities and marketing methods themselves, but whether it establishes the concept of green management, adopts the guiding ideology of green innovation, and implements it into all aspects of the green management of enterprises.

Reference

1. Wu Zhonglun. Connotation and value analysis of green economy. *Science and education guide (Electronic Edition*), 2016 (5). P. 131-132.

2. Yang Xuexing. Study on the competitiveness of China's green economy. 2016. ()

3. Li Juan.. Green economy and China's national competitiveness. *Journal of Hunan University of administration*, 2011 (5): P. 48-51.

Yan, Yeow & Yazdanifard The concept of green marketing and green product development on consumer buying approach. *Global Journal of Commerce & Management Perspective*. 2016, Vol. 3. P. 33-38.

UDC 330

Head Assist. Prof. Ivan Marinov, PhD
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov, Bulgaria
Head Assist. Prof. Galia Georgieva, PhD
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov, Bulgaria

ADVERTISING – KEY FACTOR FOR BUSINESS SUCCESS [14]

Advertising is an element of marketing communications that supports the image of the merchant and the sale of his products. It is determined by a variety of political, economic and social conditions, and its existence enables the consumer to make reasoned choices about a brand, individual product or service. In order for the advertising and advertising campaign to succeed, it is necessary to highlight the strengths of the product, otherwise the advertiser may be attacked by customer objections and take them away from the purchase decision.

The main purpose of the report is to provide a theoretical overview of advertising as an element of commercial communications and to explain the reasons for its contribution to business development and product sales. The publication does not claim to be exhaustive in terms of theoretical views on the nature of advertising. The study focuses on the most relevant determinants according to the authors, who place advertising as key to building consumer interest in products and promoting branding.

***

The wording of the term "advertising" given by different authors and institutions sets out a different scope of its nature. The following lines, without claims by the author for complete completeness, present some of the known definitions of the advertisement.

The International Chamber of Commerce spells out the term "advertising" or "advertising" as: any form of marketing communications distributed by the media, usually for a fee or other equivalent consideration [1].

In the American Marketing Association (AMA) glossary, advertising is refined as follows: sending messages and messages across time and space to business units, non-profit organizations, government agencies, and individuals who seek to inform and / or persuade entities of a specific target market or audience for your own products and services, organizations or ideas

[14] The authors' participation is as follows: Introduction and conclusion – Head Assist. Prof. Galia Georgieva, PhD, exposition - Head Assist. Prof. Ivan Marinov, PhD

[2].

The Bulgarian Code of Ethics rules for advertising and commercial communication under the term "advertising" / "advertising" means: any form of marketing communication, in connection with trade, craft or profession, carried out through the media, usually for remuneration or other counter aiming to promote the sale of goods or services, including real estate, rights and obligations [3].

As an element of Kotler's promotional mix, he gives the popular definition: "advertising is any paid form of impersonal presentation and promotion of ideas, goods or services by a particular sponsor" [4].

Durankev characterizes advertising as: a mechanism for non-personal communication between a producer of a particular good and a likely customer [5]. In another of his works, advertising is: any non-personal transmission of information, usually payable and in most cases having the nature of persuasion by an overt communicator [6].

The main purpose of advertising is to make a trade deal at a price that is profitable for the entrepreneur. In a broader aspect, advertising creates an opportunity to promote a specific production, brand or product in front of a target audience, thereby increasing sales, enhancing the company's prestige and distinguishing a specific brand. In the narrow sense, advertising has the task of disseminating information for a specific purpose [7].

In the national and international aspect, the advertising business helps to build and maintain successful markets, and the effectiveness of advertising is important for both buyers and companies that distribute it. CEO of the World Federation of Advertisers S. Loarke shares that advertising is a vital economic driver that fosters competition, fosters business innovation and delivers significant benefits to society by financing or partially financing media services, from news to entertainment [8]. In addition, while protecting the liberalization of advertising, Loarke said: ... lawmakers should not forget that restrictions on advertising have important economic, social and cultural consequences.

The remarkable presence of advertising in economic, political and social life often opposes its numerous adherents and those who dispute its moral qualities. In support of the former is the fact that advertising, as an element of the communication mix, stimulates business to enter new markets, helps to build a positive corporate image and differentiates the company's products from those of the competition.

Opponents of advertising warn against manipulation of personal choice and aggressive actions of advertising campaigns when imposing certain goods or services. However, objections to the need for advertising can hardly be protected when the following questions arise:

- Will the funding of the media sector be reduced in the absence of advertising?
- How will the lack of advertising affect the sovereignty of the print media and the development of television and radio?
- Will sports and culture find suitable alternative sources of funding if advertising is not available?

The specific problem areas associated with advertising are different for users and advertisers [9]. Despite the adversaries' signals, the dissemination of information through this marketing tool undoubtedly stimulates economic development and competition.

Modern advertising is a vital tool for information exchange between merchants and their customers and it changes according to the innovations.

For example: TV advertising by Coca-Cola in the early 1990s focuses on the pleasure of drinking a drink, associating it with fun, refreshment, dancing. The company's motto then was "Always Coca-Cola". In early 2018, the global Share a Coca marketing campaign called for an advertisement in India in which the enjoyment of Coca-Cola was linked to the current social networks that are invariably used by people of different generations.

The mechanisms through which advertising can contribute to the growth of gross domestic product [10] are:

• generating economic activity through the production of services;

• providing comprehensive information to customers on the products offered to support competition;

• raising the rewards of creating a successful brand to foster innovation;

• providing the media business with sufficient sources of funding.

The creative is not aimless or unprincipled, but based on the needs of the individuals recognized by the advertiser to be satisfied. Modern advertisers need to be aware of what the results of advertising will be. In the past, the consequences of an advertising campaign were not always clear. Commercial advertising should be understandable and persuasive to the consumer, but should in no way annoy or annoy the consumer. In addition, advertisements for goods or services that do not show their superiority are devoid of content, and the sale of such products is doomed to failure. Successful advertising needs to contain enough information for buyers because their activity depends on it.

It is important that the advertiser does not go to the extreme when creating the creatives. When building an advertising campaign, the merchant often delves into how to please the target audience and forgets about the real needs of the buyers. A successful ad is one that repeatedly sells to the same customer. This is considered as proof that the message is understood by the consumer and he is convinced of the merchant's authority. Attracting repeat

customers adds value to the massive advertising costs that advertisers make.

***

Advertising effectiveness is key to achieving business goals. Advertising is considered to be the fastest and most secure way of presenting products or business to potential customers. Advertising not only boosts sales, but also gains loyalty. In a competitive environment, an active and positive advertising campaign has the potential to increase buyer interest. At the present stage, the advertising industry has not only an informative function but also the task of providing the correct distribution of products to the public.

References:

1. Consolidated ICC Code, https://iccwbo.org/, 2011.

2. American marketing association, https://www.ama.org/resources/Pages/Marketing-Dictionary.aspx, 2018. (BG).

3. National Ethical Rules for Advertising and Commercial Communication in the Republic of Bulgaria, http://www.nss-bg.org/kodeks.php, 2009. (BG).

4. Kotler, Ph. Marketing management. Grafema, Sofia, 1996, pp. 209. (BG)

5. Durankev, B. History and theory of advertising. Publishing Complex – UNSS, Sofia, pp. 9. (BG).

6. Durankev, B. Communication Policy. University Publishing House, Sofia, 2011, pp. 95-97. (BG)

7. Chabanyuk, T A. Teoria i praktika reklami. Komsomolsk-na-Amure. 2013, pp. 9.

8. http://eaca.eu/

9. Kostov, K., Kostova, S. Marketing philosophy. MT&M College, Sofia, 2005. (BG).

10. The economic contribution of advertising in Europe A report for the World Federation of Advertisers, http://eaca.eu/knowledge-centre/value-of-advertising/, 2017

UDC 339

Head Assist. Prof. Ventsislav Perkov, PhD
D. A. Tsenov Academy of Economics – Svishtov, Bulgaria

LINKAGES BETWIN STRATEGY AND SUPPLY CHAIN IN RETAILING

The main objective of the report is to consider and linked in theoretically aspects the strategic orientation of entrepreneurs and the supply chain management in trade. To achieve this goal, the following tasks have been set: clarifying the entrepreneurial strategy, the nature of the corporate and operational strategy and the strategic process in supply chain management in trade.

The development of the strategy is viewed as perspectives as a result of the ideas and the choice made by the entrepreneur expressed through his 'vision for the future' [3]. The entrepreneurial strategy may be characterized as predefined and simultaneously evolving in the process and hence comes the entrepreneurial flexibility as a consequence of the broader scale of the strategy in the starting period and its step-by-step detailing in the course of time. The characteristics in the development of the entrepreneurial strategy are as follows [3]:

- As a rule, the entrepreneur doesn't pay much attention to the strategy, he is focused on the opportunity;
- Power is concentrated in the hands of a single leader;
- The creation of a strategy in entrepreneurial style is characterized by movement forward despite the great uncertainty;
- Development – this is the main objective of every entrepreneurial organization;
- Entrepreneurial strategy is proactive and is based on the actual execution of the entrepreneur.

Prerequisites upon which the 'Entrepreneurial school' is founded [3]:

- The strategy exists in the leader's conscience in the form of future perspectives and the movement forward is accomplished as a consequence of the leader's intuitive choice;
- The process of strategy creation is 'semiconscious'. It's based on the leader's life experience and intuition no matter if the idea arises in his conscience or it's accepted from outside;
- The leader purposefully presents his concept and personally monitors its execution and if needed makes corrections;
- Flexibility is needed for the strategic entrepreneurial prediction and the entrepreneurial strategy is well thought as well unexpectedly arising;

- The entrepreneurial organization is relatively simply structured due to the necessity to be flexible in the accomplishment of the tasks set;
- The entrepreneurial strategy gravitates around demand and is protected of direct influence of competition in the niche.

The strategic entrepreneurial orientation can be presented by means of several interrelated elements – resources and abilities, attitudes and perception of the outside microenvironment. The enterprise resources are expressed in the number of employees, sales volume, the size of the management team, number of employees with University degree, size of the board, etc. The main task in the small-scope business management involves moderate risks, taking personal responsibility for the performance and paying much attention to the feedback in reference to the expenses and profit, and finding new and/or innovative ways for creating a new product or offering a new service [5].

Vision is the basic element in creating the corporate strategy. Vision for the future determines the entrepreneurial nature of the supply chain management. Every single business initially originates as a vision which depicts the need for developing/ creating strategies for the business development while controlling it's positioning on the market. Normally, the vision is associated with the leader's mental abilities. Leaders should explain their vision to each and every member of the organization and use it as a motivation means of their subordinates in the company different departments. The expected consequence should be the deliberate movement forward of the whole organization [1].

It's necessary to make a critical analysis of the existing alternatives in order to define the vision for the company development in the field of trade and logistics and the most appropriate one to be chosen. In creating the best vision for the organization development there should be a creative element as well as a realistic one so that it can be achievable.

The collocation 'supply chain' is used for the first time by the consultants Oliver and Webber in 1982. Under this collocation they mean 'a network of companies which are involved by relations upwards and downwards in the channel with different processes and activities generating value in the form of products and services to be consumed by end customers'. In this comprehensive study of literary sources/ the team of scientists establish based on quantitative analysis that initially only specific aspects of supply chain are described in the publications, such as sharing of information, stocks management, integration in the supply chain etc. On a later stage these separate elements are being 'installed' in one and are generally directed to improve the efficacy of the phenomenon explored [2].

The agreed strategy allows the enterprises involved in the supply chain to

raise the revenues, decrease expenses and contributes to generating competitive advantages [1]. In order to clarify the role of the operating strategy in the field of supply chain management in trade deliveries and its inclusion in the targets of the enterprise.

The strategy is related with planning of activities in separate stages. The logistic strategy is perceived as a complex of leading principles, driving forces and established relations which aim at coordinating the objectives, plans and policies enforced by conscious behavior of the partners involved in the network. The logistic strategy is related to different decisions taken due to incidents, confusion or in costing mode. In the logistic strategy creation two factors are taken into consideration – the objectives and the process of the strategy [2].

The operational strategy is defined as business strategy focused on results corresponding to the targets and vision for corporate strategy for the whole supply chain [1]. The operational business strategy is directed to the market and shows the way to be competitive. The components necessary for coordination with the operational strategy are [1]:

- Coordination of business targets with the management vision as a result of the compliance with the established corporate principles;
- Coordination with the market based on effective segmenting of consumers;
- Defining strategic solutions for the users in the form of services offered which are chosen based on the service costs analysis;
- Forming strategic answers as a result of the supply chain action parameters. As all components are interrelated the organizations should work out every strategy using the principle of coordination.

There are two distinctive features of the strategic approach in business: firstly, traders are closer to users which facilitates extracting information regarding the products and services offered and to investigate better the consumer behaviors when they supply this information to the other sectors in the supply chain. Secondly, as a result of the information acquired for the consumer demand better communication with the customers is achieved and the strategies created lead to more efficient market orientation. Due to these reasons the retail trade has a leading position in the creation of supply chain management. Because of the availability of multiple production lines and huge data volume it's necessary the trade organizations to observe the relation between the strategy and the enterprise structure [4].

The creation of the retailer strategy involves [4]:

- Development of the trade network aiming acquisition of bigger purchasing power affecting the production and distribution companies;
- Development of big retail establishments – construction of trade

chains;

- Development of distribution system which will integrate the retailers too;
- Development of own brands and labels.

In conclusion, it can be noted that the entrepreneurial strategy plays a major role in shaping the corporate strategy in trade. An operational strategy can help build the supply chain in commerce. Account should also be taken of the fact that a corporate-level decision needs to be taken to implement the concept of supply chain management in trade.

References:

1. Gattorna, Dzh. Upravleniye tsepyami postavok: Spravochnik izdatelstva Gower, Petogo izdaniya, Moskva, Infra – M, 2008, s.14.

2. Harrison, A., van Hoek, R. Logistic management and strategy (3 rd ed.). 2008, Harlow: Pearson, p. 26 – 28.

3. Mintsberg G., Al'strend, B., Lempel', Zh. Shkoly strategiy Strategicheskoye safari: Ekskursiya po debryam strategicheskogo menedzhmenta, Sankt-Peterburg, Piter, 2000, s. 111- 128.

4. Reynolds, J. Cutebertson, Ch. Retail strategy: the view from the bridge, Elsevier, Oxford, 2004, p. 3-4.

5. Wiklund J. Small-Firm Growth Strategies, Edited by M. Minniti Entrepreneurship: the engine of growth, 2007, Praeger perspectives, London, vol. 2, p. 139.

UDC 339.9

Solomina G. V., Cand. of Econ. Sciences,
Assoc. Prof. of the Department of
Financial and Economic Security
Dnipropetrovsk State University of Internal Affairs

THE CONCEPT OF INCLUSIVE ECONOMY IN THE CONTEXT OF GLOBALIZATION

In modern conditions of global changes increasingly gaining momentum the development and dissemination of the concept of inclusive sustainable growth, the foundations of which are investigated mainly by foreign scientists, the meaning of which is gradually increased the degree of participation of all citizens of society in the economic process for the equitable distribution of its results.

Based on the analysis of contemporary economic literature, reports

prepared by international experts, research statistics, you can identify key issues inclusive growth: an increase in income or GDP; a comprehensive human capital development; reduce economic and social inequality of the population; the importance of active participation in economic life, not only in income distribution; the benefits for children, women, elderly people; careful use of natural resources and environmental protection.

That is, inclusive growth allows us to attract the most effective employment of resources to economic activities, allowing to provide most of the population a higher standard of living, considering the aspect of anti-discriminatory orientation.

It should be noted that the world Bank defines inclusive growth as growth at a rapid pace for all sectors of the economy that attracts significant proportion of the workforce of the country and is characterized by the equality of opportunity in access to labour market and resources. The main emphasis in this definition is on productive employment for all population groups, including women, as an essential condition of poverty reduction, more than the distribution of income [1] .

The European Commission defines inclusive growth as providing high levels of employment, investing in education, combating poverty and modernizing labor markets, social protection and promoting greater social cohesion. The benefits of economic growth should extend to all regions of the country, enhancing territorial unity. The European Commission notes that inclusive growth includes: full exploitation of labor potential, poverty reduction and its consequences, development of social protection, elimination of regional disparities. Such a comprehensive vision of the problem of growth and its integration into structural reforms ensure the diversification of the economy and its transition to "green principles" by increasing the share of renewable energy sources [2].

It should be noted that the goals set are quite specific, which facilitates control over their implementation. The relevant target parameters allow us to form benchmarks for each EU country separately, with the following seven areas of activity being put forward as priorities.

1. "Innovation Union" - uniting efforts to create and implement innovation, which will allow the use of innovative ideas in the production of goods and services, will help to create new jobs and economic growth.

2. "Youth Movement" - improving the quality of education, involving young people in the labor market.

3. "Digital Development in Europe" - accelerating the widespread use of high-speed Internet and providing opportunities for individuals and businesses to participate in the digital space.

4. "Resourceful use of resources in Europe" - wise use of energy sources,

transition to a low-hydrocarbon economy, increased use of renewable energy sources, reducing the dependence of economic growth on the amount of resources consumed.

5. "Industrial policy aimed at globalization" - improving the conditions for entrepreneurship, especially for small and medium-sized businesses. Developing a strong and sustainable industrial base for global globalization.

6. “Plan for the development of new skills and job creation” - modernization of the labor markets, increase of labor mobility, provision of opportunities for acquiring new knowledge and skills to increase employment opportunities.

7. "European anti-poverty policy" - raising employment and reducing poverty through economic development throughout the European Union.

The transition to new opportunities for institutional change, namely the purposeful formation of institutions that are effective in achieving the goals of inclusive development, which benefits the majority of the population, should lead to an increase in living standards, well-being and poverty reduction.

References:

1. Ending Poverty and Sharing Prosperity. Global Monitoring Report 2014/15. – Washington DC: International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank, 2015. 240 p. URL: http://www.worldbank.org/en/publication/global-monitoring-report.

2. Europe 2020. A strategy for smart, sustainable and inclusive growth. Brussels, EC, 2010. 34 p. URL: http://ec.europa.eu/europe2020/ index_en.htm.

УДК 65.9

Абдуганиев Ш.К., соискатель
кафедры менеджмента
Института экономики и торговли
Таджикскго государственного университета коммерции

ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Сегодня туристские услуги предлагают более 150 стран мира, каждая из которых имеет свой характерный образ и может положительно влиять на все более разнообразный спрос и мотивацию поездок туристов. Эффективному развитию туризма и гостеприимства способствует формирование разнообразных сегментов и ниш международного рынка. Индустрия отдыха превращается в

лидирующую отрасль мировой экономики.

Инновации и инновационная деятельность традиционно представляются как направление научно-технического прогресса (высокотехнологичной его составляющей) и как процесс, связанный с внедрением результатов научных исследований и разработок в практику. Однако смысл и содержание понятия «инновация» более широк. Сфера инноваций многогранна, она не только охватывает практическое использование научно-технических разработок и изобретений, но и включает перемены в продукте, процессах, маркетинге, организации. Инновация выступает в качестве явного фактора перемены, как результат деятельности, воплощенный в новый или усовершенствованный продукт, технологические процессы, новые услуги и новые подходы к удовлетворению социальных потребностей [1. с. 85].

Инновационная деятельность в сфере гостиничной индустрии развивается по нескольким направлениям: использование новых ресурсов; изменение в организации производства и потребления (применение передовых принципов маркетинга и менеджмента); выявление и использование новых рынков сбыта продукции, использование новой техники и технологий. Именно использование новых технологий, заключающихся сегодня в компьютеризации и глобализации, даёт наибольший эффект в деятельности предприятий гостиничной индустрии.

Применение передовых технологий благотворно влияет на деятельность компаний, а именно: увеличивает их конкурентоспособность, прибыльность, число потребителей, позволяет пересмотреть комплектацию и требования к компетенции кадров, качеству продукции и услуг [3.с. 65].

Гостиничные предприятия основной целью своей деятельности ставят оказание услуг максимально высокого качества. И насколько высока степень реализации поставленных целей, настолько эффективно действует гостиничное предприятие. Общеизвестно, что гостиница – это живой организм, функционирующий круглосуточно, и качество его работы напрямую связано с тем, как сотрудники выполняют свои обязанности. Человеческий фактор играет в работе гостиничного предприятия основополагающую роль, один и тот же сотрудник может превосходно обслужить клиента сегодня и скверно – завтра; причины тому лежат в субъективной, житейской плоскости. Гостиничные предприятия, разрабатывающие систему оценки работы сотрудников, обеспечивают в дальнейшем высокую эффективность управления персоналом. На данный момент единой, сбалансированной системы оценки работы персонала не существует, каждая гостиница учитывает

свои особенности при введении градации. В любом случае, разрабатываемая система оценки всегда должна быть объективной, а критерии – понятно объяснены сотрудникам; результаты же оценки должны обсуждаться только сотрудником и его непосредственным руководителем.

Грамотно разработанная система оценки эффективности работы персонала позволяет:

- позитивно воздействовать на мотивацию сотрудников;
- определить необходимость проведения повышения квалификации и спланировать ее;
- принять обоснованные и справедливые решения о поощрении или порицании сотрудников.

В настоящее время кризисные проявления наложили заметный отпечаток и на эффективность работы гостиничных предприятий, и на экономическое положение клиентуры, поэтому такие качества руководителя, как профессиональная компетентность, умение планировать и правильно распределять работу между сотрудниками, способность стимулировать творческую инициативу, создать в коллективе благоприятный морально-психологический климат, являются максимально значимыми. При внедрении новых технологий в работу предприятия возникает вопрос потребности в обучении, которая распространяется на всех сотрудников. Самым простым путем обучения здесь является тренинг, специфика которого определяется непосредственно заинтересованной в поддержке обучения административной управляющей командой. Проблема может заключаться в крупномасштабности поставленных задач и минимальном промежутке времени; вместе с тем, при правильном планировании и эффективном проведении обучающих занятий программа может быть усвоена за весьма короткий срок. В проведении обучения большая ответственность ложится на тренирующего менеджера: человек должен обнаруживать глубокие знания предмета, быть технически компетентным, терпеливым и тактичным. Также успех специализированного обучения объясняется максимальной тщательностью его планирования и проведения.

В настоящее время имидж гостиничного предприятия складывается из большого числа составляющих, где основополагающими являются качество обслуживания и уровень цен. Необходимо признать, что в большинстве отечественных гостиниц высокий уровень цен ни в коей мере не оправдывает качества оказываемых услуг. Привлекая клиента, необходимо убедить его в уникальности предлагаемой услуги. К примеру, на долю людей зрелого возраста сейчас приходится

значительное число путешествующих. Разработка специальных предложений, хорошо продуманное меню, интересные и содержательные развлечения помогут заинтересовать данную категорию гостей. Желая привлечь в гостиницу семьи с детьми, необходимо приложить все усилия к тому, чтобы атмосфера заведения была уютной не только для взрослых, но и для детей. И в данном случае важно не только обслуживание, но и наличие специального детского меню, манежей, игрушек, детской мебели, соответствующим образом оформленных игровых комнат, услуг подготовленного персонала – все это будет проявлением особой заботы. Как правило, семьи с детьми стараются размещать на одном этаже (соседних этажах), чтобы исключить проблему шума. Впечатления, оставшиеся у маленьких клиентов, могут в полной мере повлиять на выбор их родителями гостиницы в следующий раз.

Имидж гостиничного предприятия часто определяется путем обработки анкетных данных, полученных от гостей. Здесь проблема может заключаться в следующем: во-первых, оценка гостем предложенной услуги, чаще всего, носит субъективный характер; во-вторых, далеко не всегда гостиничное предприятие правильно и максимально тщательно разрабатывает систему оценочных критериев. Важно учитывать, что наиболее достоверное выявление слабых и сильных сторон гостиничного предприятия возможно лишь в том случае, если правильно разработаны оценочные критерии, в полной мере характеризующие все аспекты его деятельности.

В гостиничной индустрии, как и в других отраслях экономики, появилась тенденция глобализации, отражающая разноплановое и многостороннее сотрудничество предприятий и организаций в экономической, культурной и других областях. Характерной особенностью процесса глобализации является применение новейших информационных и телекоммуникационных технологий, которые способствуют повышению эффективности и совершенствованию работы компаний, улучшению обслуживания клиентов, ускорению всех оперативных процедур, созданию новых маркетинговых методик и распределительных каналов.

Являясь новой формой рыночных отношений, новейшие телекоммуникационные технологии открывают большие возможности развития любому гостиничному предприятию, проявляя важное преимущество перед другими секторами электронной торговли, т.к. потребитель получает приобретаемый продукт непосредственно в месте его производства.

Развитие передовых технологий постепенно начинает вытеснять

печатные издания, заменяя их публикацией информации и рекламы в Интернете или другими формами. Более эффективные возможности поиска нужной информации, новые портативные беспроводные устройства, расширение количества и качества информации о туристских центрах, гостиничных предприятиях и оказываемых услугах ведут к значительным изменениям в сфере туризма и гостеприимства. Использование телекоммуникационных систем позволяет клиенту самостоятельно планировать поездку: составлять маршрут, заказывать и оплачивать гостиницу, экскурсии, билеты на самолет, поезд и др.

Таким образом, инновационные технологии выполняют несколько функций:

1) воспроизводственную – получаемая прибыль от инноваций будет использоваться в качестве источника ресурсов;

2) инвестиционную – полученная прибыль может направляться на финансирование последующих инновационных разработок;

3) стимулирующую – внедрение инноваций стимулирует дальнейшее движение в данном направлении, развитие и поиск новых открытий.

Изложенные характеристики позволяют предположить, что вложение небольших инвестиций в развитие инновационных технологий может дать стабильный экономический эффект.

Однако в рамках процесса глобализации для гостиничной индустрии могут обозначиться и серьезные проблемы. Чрезмерная стандартизация характеристик потребления и моделей предложения услуг в целом ряде стран оказывает отрицательное влияние на местную культуру, поэтому тенденциям к интернационализации и унификации противостоят тенденции сохранения уникальности и национальной самобытности.

Инновационный процесс в гостиничной индустрии достаточно специфичен. Он получает свое признание, с одной стороны, через туристский рынок и степень удовлетворенности клиента, а с другой стороны, благодаря принятию совместных решений туристскими организациями, органами управления отраслью в регионе, органами местного самоуправления и общественными организациями, деятельность которых связана с гостеприимством. Только такое взаимодействие всех элементов инновационного процесса может привести к появлению существенного эффекта, выраженного в качестве развития отрасли [2.с. 88].

Следует отметить, что создание инновационной инфраструктуры в гостиничной индустрии зависит от уровня технологического и экономического развития национальной экономики. Страны, имеющие

развитую производственную инфраструктуру, характеризуются повышением роли невещественных, нематериальных факторов производства, информатизацией общества, опережающим развитием сферы услуг. Таким образом, формируются реальные возможности создания сети консалтинговых, инжиниринговых, сервисных, информационных услуг, способствующих поддержке инновационных процессов.

В условиях трансформационного общества инновационная инфраструктура должна способствовать вхождению науки в рыночную среду, развитию предпринимательства в научно-технической сфере, поэтому ее формирование во многом определяется состоянием рыночной инфраструктуры. В целом инновационная инфраструктура в гостиничной индустрии представляет собой организационную, материальную, финансово-кредитную, информационную базу для создания условий, способствующих эффективной аккумуляции и распределению средств, а также оказанию услуг высокого качества.

Литература

1. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. уч. заведений / В.С. Новиков. - М.: Академия, 2007. -208 с.

2. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: учеб.пособие / С.А. Севастьянова. - М.: КНОРУС, 2007. - 256 с.

3. Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: [учеб.пособие] / Н.И. Кабушкин. – Мн.: Новое знание, 2002. – 432 с.

4. Сборник научных статей международной научно-практической конференции – Гомель – 2012. – 340 с.

УДК 339.37

Біляк Т.О., ст. викладач кафедри менеджменту і підприємництва
Чорний С.В., магістрант кафедри менеджменту і підприємництва,
Державний університет «Житомирська політехніка»

УПРАВЛІННЯ РЕКЛАМНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Грамотне просування продукції на сучасному ринку – важливий критерій успіху підприємства в будь-якій сфері діяльності.

Рекламна діяльність підприємства – це сукупність інформаційних та

рекламних заходів, які спрямовані на:

– створення іміджу компанії;

– підвищення обсягу продажів;

– формування позитивного ставлення до бренду і компанії в цілому.

Рекламна діяльність підприємства допомагає залучити нових великих клієнтів, підтримувати відносини з постійними партнерами та сприяє знаходженню власної ніші на ринку. Для проведення ефективної рекламної-інформаційної роботи необхідні глибокі пізнання в області товарознавства продовольчих і непродовольчих товарів, оцінка споживчих якостей. Рекламні заходи повинні спонукати потенційного клієнта до дії (купівлі товару, замовлення послуг). Тому другий ступінь ефективної реклами – розуміння психологічного впливу матеріалів, що розміщуються, на людину.

Не менш важливим є творчий підхід до створення рекламних матеріалів. Цим процесом займаються фахівці з PR, графіки, автори текстів і художники. Вартість реклами не повинна виходити за рамки виділеного бюджету. Розрахунок економічної ефективності рекламної діяльності вимагає знання основних методів фінансового аналізу.

Великі підприємства створюють цілі відділи, які займаються тільки питаннями реклами. Головна мета рекламної діяльності – залучення нових клієнтів, підтримання високого обсягу продажів продукції підприємства. Щоденна робота фахівців розділяється на кілька функціональних напрямків.

1. Інформаційна функція спрямована на привернення уваги клієнтів до нового товару чи послуги. На цьому етапі необхідно висвітлити переваги і недоліки товару або послуги, продажі підвищать бонусні програми для перших покупців.

2. Переконлива функція реклами полягає у формуванні стійкого попиту і лояльної аудиторії, що цінує продукцію за її переваги щодо інших виробників.

3. Функція нагадування необхідна для залучення уваги до компанії або продукції, які вже зайняли свою нішу на ринку. Нагадувальна реклама доцільна в міжсезоння, періоди спаду купівельної активності.

В основі кожної рекламної кампанії лежить продумана стратегія просування, яка враховує всі особливості ринку в цілому і конкретного продукту зокрема.

Планування і організація рекламної діяльності складається з декількох основних етапів:

1. Проведення маркетингових досліджень для визначення цільової аудиторії. Це дозволяє створити дизайн, текстове оформлення і посил

всієї майбутньої рекламної кампанії.

2. Пошук основної ідеї і творчої стратегії просування рекламної кампанії дозволяє привернути увагу до опублікованих матеріалів і продуктів, створює не тільки комерційний, а й творчий продукт, що привертає увагу аудиторії.

3. Вибір каналів поширення реклами залежить від доступного бюджету, специфіки продукту, обраної ідеї рекламної кампанії.

4. В залежності від попередніх параметрів, формується загальний рекламний бюджет, необхідний для проведення всіх заходів. Як правило, основна увага в бюджеті робиться на якість поліграфічної продукції і витрати з оренди майданчиків для її розміщення.

Рекламна діяльність в сфері збуту направлена на дві основні установки в свідомості споживача - це прагнення до вигоди і інтерес до всього нового. Прагнення до вигоди виражається у великій кількості акцій і розпродажів, які проводяться для клієнтів. Подібні заходи дозволяють:

• вигідно продати неліквідні товари, звільнивши складські приміщення;

• перебудувати систему викладення товару.

В ході розпродажів покупці проводять чимало часу за вибором товарів, знайомляться з оновленим асортиментом, і середня величина покупки при цьому зростає.

Інтерес до нового в рекламній стратегії підприємства виражається в регулярній зміні упаковки звичних товарів, створенні подарункових наборів, товарно-декоративних вітрин.

Як висновок зазначимо, що підхід до управління рекламною діяльністю повинен бути гнучким і адаптивним, так як споживачі, які проживають в інформаційному суспільстві, чуйно реагують на нові тренди і при цьому прагнуть до економії власних коштів.

Список літератури:

1. Астахова І.Е. HR-брендинг як інструмент маркетингового менеджменту підприємства. Глобальні та національні проблеми економіки, Миколаїв: Миколаївський нац. ун-т ім. Сухомлинського. 2018. Вип. № 22. С. 253-255.

2. Юрченко Н.Б. Маркетингова діяльність в умовах глобалізації та розвитку електронної комерції. Ефективна економіка. 2018. Вип. № 4. С. 29-32.

УДК 339.1

Бондарчук М.Є., старший викладач
кафедри підприємництва і торгівлі
Одеський національний політехнічний університет

МІСЦЕ УКРАЇНИ НА СВІТОВОМУ РИНКУ ПРОДОВОЛЬСТВА

Глобалізація економічних відносин обумовлює постійне посилення ступеня впливу кон'юнктурних факторів міжнародного ринку продовольства на перебіг подій в українському сегменті. Відкритість внутрішнього ринку з одного боку та поява додаткових можливостей для експорту продовольства за більш високими ніж в середині країни цінами, обумовлюють посилення конкуренції, зростання ціни на харчові продукти, зниження їх якості [1-2].

Аналіз динаміки світових цін на продовольство надає підстави стверджувати про наявність сталої тенденції до їх загального зростання. Періоди зниження цін на продовольство традиційно співпадають з економічними кризами та уповільненням економічного розвитку. Так в аналізований період світові ціни на продовольство сягали найнижчого рівня у 2009 та 2015-2016 рр.

На основі аналізу тенденцій у сфері виробництва, експорту та імпорту сільськогосподарської продукції на другу половину 2019 р. можна прогнозувати поступове зростання цін на м'ясні та молочні продукти в межах 3%. Ціни на зернові та цукор стабілізувалися і суттєвих коливань не очікується. Ціна рослинної олії має динаміку до зменшення у діапазоні 3-5%.

На нашу думку до переліку основних факторів, що обумовлюють загальне зростання ціни на продовольство відносяться:

- зростання обсягів споживання продуктів на фоні збільшення чисельності населення і загального соціально-економічного прогресу;
- ситуаційні тенденції розвитку світової економіки;
- погіршення кліматичних умов та несприятливі прогнози виробництва продукції сільського господарства.

За висновками експертів FAO, основний тренд щодо загального та сталого збільшення ціни на продовольчі товари формується під впливом збільшення обсягів споживання продуктів харчування, яке обумовлюється зростом кількості населення, розвитком світової економіки (світовий ВВП з 2000 р. збільшився у двічі), а також сталим зростанням економік і рівня життя в азійських країнах [3].

На основі аналізу інформації щодо обсягів виробництва та споживання основних продовольчих товарів, можна зробити висновок

про те, що у більшості регіонів світу, обсяги їх споживання збільшуються швидше ніж обсяги виробництва. Відповідна тенденція обумовлює формування незадоволеного попиту і зростання ціни на продовольство .

Узагальнена статистика по зерновим характеризується перевищенням річних темпів споживання над темпами виробництва у всіх регіонах світу. Більше того, зменшення виробництва зернових в Африці, Південній Америці, Європі – обумовило зниження загальносвітових обсягів їх виробництва у 2017-2019 рр. торгівельному році нижче рівня попереднього періоду. Відповідні зрушення супроводжувались зростанням індексу ціни на зернові у 2018 р. на 9% [4].

Олія порушує загальну тенденцію до перевищення темпів зростання обсягів споживання над виробництвом. Відповідне перевищення спостерігається лише в Азії та Африці. Загальносвітові обсяги споживання олії зросли, але темпи його зростання були меншими ніж темпи виробництва на 1,7%. Відповідний дисбаланс темпів зростання споживання та виробництва олії призвів до зменшення індексу ціни на 24,8%.

Споживання і виробництво цукру також збільшується по всьому світові. Відносне зменшення виробництва відбулось у Європі. А перевищення темпів виробництва над темпами споживання відбулось у Південній Америці. Загальносвітові темпи зростання споживання цукру перевищили темпи виробництва на 1,5%. Але наявність великих товарних запасів, що були вироблені у попередні роки та диверсифікація виробничої активності у сфері переробки цукрової тростини обумовили зниження цінового індексу у 2018 р. на 49,8%.

Світове споживання м’яса зросло за рік на 1,5%. До переліку регіонів в яких темп виробництва перевищує темпи споживання відносяться: Африка, Північна Америка, Європа. Рівновага у виробництві та споживанні м’яса обумовлює стабільний стан світових цін з невеликими ситуаційними коливаннями в межах 3-5%.

Світове виробництво і споживання молока та молочних продуктів у 2018 р. збільшувалось доволі рівноважно з різницею лише 0,3%. Найбільше виробництво та споживання збільшились у країнах Азії. Ринкова рівновага забезпечила стабілізацію та зниження ціни у 2018 р. на 9,3%.

Дисбаланс виробництва і споживання, кількості населення і рівня життя обумовлює формування експортно-імпортних потоків. За інформацією WTO найбільш потужним експортером (647 млрд дол. США – 37,4%) та імпортером (649 млрд дол. США – 36,6%)

сільськогосподарської продукції у світі за підсумками 2017 р. став Європейський Союз (28). За обсягами експорту у першу п'ятірку країн також увійшли: європейські країни – Extra-EU (28) (10%); США (9,8%); Бразилія (5,1%); Китай (4,6%). За обсягами імпорту: Extra-EU (28) (10%); Китай (10,3%); США (9,1%); Японія (4,4%) [5].

При цьому тенденції розвитку світового ринку продовольства, доволі сильно впливають на динаміку внутрішнього ринку [6-8]. Україна займає доволі вагоме місце на світовому ринку продовольства. У 2018 р. на її території вироблено 3,4% світового врожаю пшениці, 2,3% фуражного зерна; 2,7% кукурудзи; 3,5% олійних культур; 1% цукру; 0,7% м'яса; 1,2% молока та молочних продуктів.

Найбільшими на світовому ринку продовольства є частки України в експорті кукурудзи – 13,9%; фуражного зерна – 13,3%; пшениці – 9,2%; олії – 6,8%, олійних культур – 2,7%; м'яса курятини – 2,3%; молока та молочних продуктів – 1,1% .

Література:

1. Бавико О.Є. Семантична ґенеза поняття якість у підприємницькій діяльності та стандартах з управління якістю. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 23. С. 24-26.

2. Бавико О.Є. Якість рибної продукції та основні тенденції розвитку внутрішнього ринку. *Торгівля і ринок України.* 2017. № 2 (42). С. 28-35.

3. FAO. 2018 Food Outlook – Biannual Report on Global Food Markets – November 2018. Rome. 104 pp.

4. Enghiad, A., Ufer, D., Countryman A., Thilmany D. (2017) An Overview of Global Wheat Market Fundamentals in an Era of Climate Concerns. *International Journal of Agronomy*, Volume 2017. pp. 1-15.

5. WTO. World Trade Statistical Review, 2018. Switzerland: WTO, 2018. 213 p.

6. Бавико О.Є. Тенденції розвитку внутрішнього ринку макаронних виробів в Україні. *Торгівля і ринок України*. 2018. № 1(43). С. 43-50.

7. Бавико О.Є. Синхронізація розвитку ринку інформаційно-комунікаційних технологій в Україні з глобальними трендами. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. № 1. С. 272-283.

8. Бавико О.Є. Основні тенденції розвитку внутрішнього ринку електронної комерції в Україні. *Торгівля і ринок України*. 2019. № 1(45). С. 32-40.

УДК 658

Гусаревич Ю.В., магістрант, гр. ПВМ-3, ФБСО
Державний університет «Житомирська політехніка»
Воробей А.С., магістрант
Київський національний авіаційний університет

ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних економічних умовах важливість і необхідність ефективної збутової політики обумовлена посиленням конкуренції, коливанням цін на товари, що мають тенденцію до зростання; недостатня інформованість споживачів про підприємство. Підприємствам потрібно вкладати значні кошти в просування наявних товарів і створення принципово нових. Саме тому, правильно організована збутова діяльність дозволяє підприємству протягом усього року підтримувати стабільний рівень продажів, своєчасно задовольняти потреби різних груп населення, а також продовжувати розвиватися. Жорстка конкуренція змушує підприємства дотримуватися оборонної стратегії для збереження наявної частки ринку і підтримки конкурентних переваг в межах зайнятого сегменту ринку. Саме тому збутова політика, що традиційно вважалася другорядною, вийшла на перший план і для більшості підприємств стала актуальною.

Цілі збутової політики знаходить свій прояв у визначенні конфігурації сегмента за допомогою автоматичного обліку даних та створення центру зв'язку зі споживачами, що має здатність інтерактивного віртуального реагування на запити покупців та передбачають:

– формування і розвиток структури каналів розподілу і системи управління;

– вибір методів збуту за різними групами товарів і географічних ринків;

– забезпечення надходження грошових коштів за реалізовану продукцію і послуги.

Однак, незважаючи на поділ цілі збутової політики на три складові, можна зробити загальний висновок, що основною метою збутової політики є забезпечення доступності вироблених товарів і послуг для споживачів.

Для досягнення даної мети необхідно вирішити комплекс взаємопов'язаних завдань:

– визначитися з потребами цільового ринку і розрахувати його ємність;

– виявити ефективні канали розподілу;
– сформувати найбільш ефективну систему збуту;
– визначити методи просування товарів для різних груп товарів та ринків.

Важливою складовою є і те, яким чином збутова політика буде реалізовуватися, яка сукупність дій з максимального наближення товару до цільової групи споживачів (або навпаки, залучення споживачів до товару фірми). Вибір одного конкретного способу для задоволення потреб покупців і є основною суттю збутової політики підприємства. Ефективна збутова політика допомагає підприємству підтримувати відносно стабільний рівень продажу не тільки в певний сезон, а також вчасно задовольняти споживчі потреби [1].

Крім основних учасників, тобто продавця і покупця, на ринку збуту присутні інфраструктурні суб'єкти, що надають підтримку безпосередньо збутовому процесу - банки, транспортні підприємства, рекламні агентства, страхові компанії та інші. Завдання основних учасників на ринку збуту полягає в проведенні взаємовигідної товарно-грошової угоди між продавцем і покупцем. Маркетингова діяльність всіх учасників на ринку збуту активно сприяє цьому обміну, виявляє потреби, та спрямовує потоки в системі «товар-гроші» назустріч один одному (рис. 1).

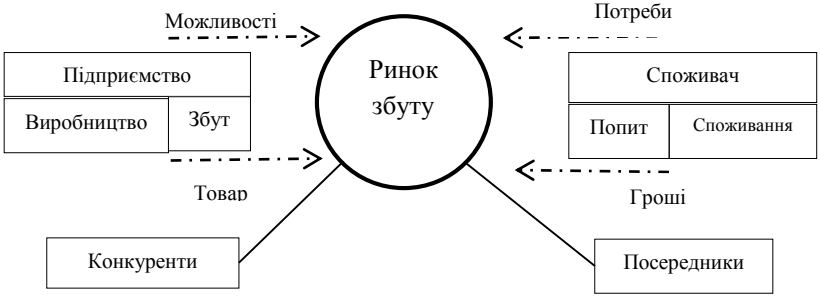


Рис. 1 - Взаємодія суб'єктів системи розподілу на ринку збуту

Перший потік направлений до споживача, він несе в собі ідеї, товари і послуги вигідні й потрібні споживачеві. Що стосується другого потоку, який спрямований від споживача, саме він має корисність для продавця у вигляді грошей або їх еквівалентів. Маркетинг регулює ці потоки так, щоб в результаті обидві сторони виявилися задоволені. При цьому, ініціатива завжди залишається за підприємством, що пропонує придбати свій товар. Однак, важливо пропонувати споживачам таку продукцію, яка буде відповідати їх очікуванням більше, ніж аналог у

конкурентів. Одночасно виробник повинен створити власну систему збуту, або ж враховувати вимоги посередників.

Зміст збутової політики утворюють такі категорії:

– визначення і реалізація загальної збутової стратегії фірми на підставі цілей і стратегії маркетингу, а також ряду інших об'єктивних чинників діяльності компанії на ринку;

– створення служби збуту фірми відповідно з існуючими типами збутових організацій;

– організація взаємодії служби збуту з іншими підрозділами фірми і, особливо, з маркетингом;

– формування елементів збутової політики щодо співпраці з клієнтами фірми, що включають ціноутворення, доставку товарів.

Таким чином, основною метою збутової політики є забезпечення доступності вироблених товарів і послуг для споживачів. Як правило, досягнення даної мети вимагає необхідності вирішення комплексу взаємопов'язаних завдань. По-перше, слід виявити потребу цільового ринку і розрахувати його ємність. По-друге, необхідно визначити ефективні канали розподілу. Що стосується елементів збутової політики, їх можна класифікувати за трьома групами в різних сферах: співпраці з посередниками, комерційних умов, комерційної логістики. На основі того, що збутова політика підприємства це комплекс рішень, що приймаються продавцем з метою реалізації обраної збутової стратегій і отримання найбільшого ефекту від збуту товарів, її основне призначення полягає в забезпеченні доступності вироблених товарів і послуг для споживачів.

Література:

Халіна В.Ю., Корсунський Г.Ю. Місце системи збуту у маркетинговій діяльності підприємства / В.Ю.Халіна, Г.Ю. Корсунський // «Молодий вчений» . – 2017. - № 4.4 (44.4).- С.116-119

УДК 656.07

Микитюк В.И., студентка
Флячинская Н.Н., студентка
Брестский государственный технический университет

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Транспорт всегда был и останется важнейшей составной частью экономики, фактором, обеспечивающим ее единство и целостность. Развитие транспорта и коммуникаций во многом определяет

национальную безопасность страны, ее обороноспособность, решение социальных задач. Устойчивая и эффективная работа транспорта позволяет другим отраслям экономики снизить стоимость товаров и услуг, что стимулирует рост производства и потребления, а также способствует расширению международных связей, интеграции национальной экономики в мировую экономическую систему.

На сегодняшний день транспортное обслуживание является одним из самых перспективных направлений в Республике Беларусь. Республика Беларусь находится на пересечении железнодорожных и автомобильных магистралей, систем нефтепроводов и газопроводов, систем связи между западной Европой и регионами России, азиатскими странами. Кроме того, Беларусь имеет разветвленную сеть воздушных «дорог» — коридоров для пропуска всех типов летательных аппаратов, что является большим преимуществом и создает возможность для организации эффективной транспортной деятельности. Республика Беларусь располагает всеми современными, кроме морского, видами транспорта, а ее транспортные коммуникации по своей структуре и размещению в основном отвечают внутренним потребностям страны.

Беларусь как транзитная республика, находящаяся в центре Европы между двумя мощными экономическими группировками, – с одной стороны – Россией, а с другой стороны – Евросоюзом, пока использует только до 20 % своих транспортных возможностей. Поэтому транспортно-логистическая сфера в республике как особый вид деятельности должна развиваться. В современных условиях одним из важнейших направлений развития экономики страны является развитие транспортной логистики. Как правило, правильно построенные логистические центры поставок сокращают транспортные затраты, которые отражаются на цене товаров. Особенно это важно для повышения спроса на продукцию, экспортируемую из республики. Фактически, логистические центры создаются для того, чтобы решить проблему доставки грузов и пассажиров в кратчайшие сроки и с наименьшими финансовыми затратами. На сегодняшний день в Республике Беларусь существует более 20 логистических центров, действующих в различных городах и регионах страны. Одной из проблем современных белорусских логистических центров является несоответствие их мировым стандартам. Использование логистических концепций зарубежных стран–партнеров поможет транспортной сети государства выйти на новый уровень. Создание усовершенствованной сети логистических центров позволит более эффективно использовать экономический потенциал республики, создать условия для ее внедрения в мировую логистическую систему, привлечь

дополнительные инвестиции, создать новые рабочие места и повысить рейтинг Беларуси по уровню развития логистики. Вместе с этим, одним из факторов, влияющих на качество транспортного направления является транспортное обслуживание, качество деятельности работников транспортной сферы. Сегодня в Республике Беларусь расширяется направление подготовки специалистов транспортной сферы, логистов. Более 16 учреждений образования сегодня проводят обучение по данному направлению, среди них как средне-специальные так и высшие учреждения образования. Сегодня проблемам транспортной сферы в Республике Беларусь уделяется достаточно большое внимание. Правительством разрабатывается ряд Законов, Указов, которые содействуют развитию транспортного обслуживания. Программа развития логистической системы разработана Институтом экономики Национальной академии наук Беларуси с учетом проектов концепций создания логистических систем Минтранса, Минторга и государственного объединения «Белресурсы». В соответствии с программой, рассматриваются вопросы инвестирования в строительство и усовершенствование логистических центров, их улучшение по всем показателям. На сегодняшний день вклад транспорта в валовый внутренний продукт составляет менее 10%, по прогнозам данной Программы, при достижении всех целей и выполнении всех задач, показатель доли транспортной сферы должен увеличиться вдвое.

Список использованных источников

1. Байнев, В. Ф. Экономика региона: Курс лекций / В. Ф. Байнев. —Минск, Академия управления при президенте, 2012. —180с.

2. Старикова Н. Е. Понятие транспортной системы// МИИТ: Москва [Электронный ресурс] Режим доступа: http://allrefs.net/c50/480d2/ Дата доступа: 20.10.2019

УДК 658

Нестерова І.В., магістрант, гр. ЗЕП-18м, ФБСО
Юшкевич О.О., к.е.н., доцент
кафедри менеджменту та підприємництва
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ КОМПЛЕКСУ МАРКЕТИНГУ В ЕЛЕКТРОННІЙ КОМЕРЦІЇ

Стрімкий розвиток інформаційних технологій визначають значний вплив на розвиток маркетингу. Перш за все, це пов'язано з тим, що інформаційні технології дозволяють виробнику практично безпосередньо контактувати зі споживачем товарів, а споживач отримує можливість оперативного доступу до достовірної та якісної інформації про товар без необхідності переміщення в просторі з метою прийняття фактичного рішення про покупку. Інтернет - лише інструмент організації єдиного інформаційного простору, однак саме він дозволив вийти на новий рівень розвитку бізнесу. З одного боку, Інтернет надав виробникам доступ до максимально великої аудиторії споживачів з їх різноманітними потребами, а з іншого - дав клієнтам можливість з допомогою електронних інтерфейсів самим вводити свої замовлення в налагоджену систему управління виробництвом. Інтернет-маркетинг значно відрізняється від звичайних маркетингових комунікацій через використання віртуального інформаційного простору. У зв’язку з цим Інтернет та інші цифрові носії, відкривають нові форми взаємодії та моделі обміну інформацією.

За нашими дослідженнями встановлено, що елементи комплексу інтернет-маркетингу мають свої специфічні особливості. Перш за все, це пов'язано з тим, що мережа Інтернет є повноцінним типом ринку, а не тільки одним з ефективних засобів маркетингових комунікацій. Через традиційний маркетинг здійснюється аналіз попиту, конкурентів, визначаються можливості та формуються завдання для виробництва, проводиться тестування продуктів на потенційних споживачах та ін.. Інтернет-маркетинг, у свою чергу, в значній мірі допомагає просувати товари в Інтернет-мережі, аналізувати попит і пропозиції конкурентів, а також в деяких випадках тестувати продукт, проте аж ніяк не пов'язаний з плануванням виробництва.

Основні відмінності комплексу традиційного маркетингу та Інтернет маркетингу, що застосовується в електронній комерції полягають в наступному (табл. 1).

Наразі стрімкими темпами розвивається новий напрям організації

маркетингу з ефективним застосуванням інформаційних технологій – електронна комерція. Суб'єктом маркетингу в електронній комерції є підприємство, що реалізує комплекс маркетингових дій, відповідно до визначеної методики аналізу та обробки інформації електронного ринку з метою ефективного вирішення поставлених завдань. Об'єктом маркетингової діяльності на електронному ринку виступає інформаційно-аналітична та експертно-дослідницька діяльність, з використанням мережевих інформаційних систем і технологій, а саме вибір конкурентної позиції на ринку, визначення стратегій просування і розподілу товару, вибор рекламної та цінової політики з урахуванням усієї сукупності факторів зовнішнього і внутрішнього середовища в умовах невизначеності [2.,с.32].

Таблиця 1

Порівняльна характеристика елементів комплексу традиційного та Інтернет маркетингу

Елемент комплексу маркетингу	**Традиційний маркетинг**	**Інтернет маркетинг**
Товар	Фізичний товар, що має споживчу цінність та реальну ціну (вартість виражену в грошовій формі), товарний вигляд, відчутний на дотик	Індивідуальні пропозиції для кожного клієнта або сегменту клієнтів. Продукт має віртуальну цінність для споживача. Нові продукти та послуги – соціальні мережі як засіб спілкування, різні хмарні сервіси.
Ціна	Визначається за методом граничних витрат	Встановлюється з орієнтацією на кожного споживача. Товар може мати як реальну, так і віртуальну ціну (електронний платіж). Поява масових аукціонів на якому будь-який продавець може розмістити свій товар, а споживачі будуть в форматі аукціону змагатися один з одним за право виграти лот.
Канал (місце) розподілу	Організовується напряму (високі витрати) та за допомогою послуг посередників.	Можливість прямого контакту між виробником і споживачем товарів і послуг (мінімальні витрати). Доступність товарів і послуг в будь-якій точці світу.
Просування	Застосування традиційних засобів просування	Інтерактивність, тобто участь в процесі формування попиту і пропозиції як виробника або

	зусиллями виробника або продавця	продавця, так і споживача товарів і послуг. Розвиток нових комунікаційних каналів, таких як сайт, соціальні мережі, блоги, електронна пошта, банерна реклама, а також контекстна реклама і пошукова оптимізація.

Джерело: сформовано та доповнено автором на основі [1, с.12]

Предметом електронної комерції може бути будь-яка форма проведення комерційних операцій, у тому числі торгівля, дистриб'юторські угоди, комерційне представництво і агентські відносини, факторинг, лізинг, банківські послуги, страхування та інші форми промислового або підприємницького співробітництва [3]. Ефективне застосування маркетингу в електронній комерції може сприяти підвищенню конкурентоспроможності підприємства в стратегічному плані. Економія на трансакційних витратах дає інтернет-продавцям істотні переваги за ціною в порівнянні з традиційною торгівлею. Саме ця перевага є головним стимулом для покупців до здійснення інтернет-купівель. Слід, констатувати, що залучення виробників в електронну комерцію докорінно змінює не тільки цінову політику, але й сам підхід до ціноутворення. Вектор зусиль віртуалізованих підприємств переходить зі сфери продажів (на яку впливати складно) у сферу поступового зниження витрат та отримання за рахунок цього нових цінових переваг. В результаті конкуренція зміщується зі сфери боротьби за ринок, у сферу адаптації до потреб ринку. Парадокс ситуації в тому, що боротьба з конкурентами перетворюється в співпрацю за скорочення не тільки трансакційних, але й будь-яких інших витрат. Це результат, що передбачає надання споживчої вигоди, за рахунок комбінації елементів комплексу інтернет-маркетингу.

Література:

1. Капустина Л.М. Интернет-маркетинг. Теория и практика продвижения бренда в Сети [Текст] : [монография] / Л. М. Капустина, И. Д. Мосунов; М-во образования и науки РФ, Урал. гос. экон. ун-т. – Екатеринбург : [Изд-во Урал. гос. экон. ун-та], 2015. – 102 с.

2. Петрик Е.А. Интернет-маркетинг / Московская финансово-промышленная академия – М., 2004 – 299 с.

3. Тардаскина Т.Н. Электронная коммерция: учеб. пособ. / Тардаскина Т.Н., Стрельчук Е.Н., Терешко Ю.В. – Одесса: ОНАС им. А.С. Попова, 2011. – 128 с.

УДК 339.1

Онищенко А.І., магістрант
Науковий керівник: Безугла Л.С., к.н.держ.упр.,
доцент, доцент кафедри маркетингу
Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ОСНОВИ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ В МАРКЕТИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Із зростанням динаміки економічних і соціальних процесів, які відзначаються в суспільстві та швидкою зміною кон'юнктури на внутрішньому і зовнішньому ринках, необхідністю забезпечення стабільного розвитку суспільства в довгостроковій перспективі, все більш зростає роль та актуальність стратегічного управління.

Стратегія необхідна будь-якому підприємству, що претендує на успіх, щоб визначити, в якому напрямку воно буде розвиватися. Вибір стратегії означає, що з усіх можливих шляхів розвитку і способів дії, що відкриваються перед компанією, вона обирає конкретний напрямок. Добре розроблена стратегія - основа підвищення конкурентоспроможності підприємства, сильної конкурентної позиції і формування такої організації, яка за допомогою удосконалення структури управління і підвищення організаційної культури могла б успішно працювати у жорстких ринкових умовах [1].

Стратегічне планування - це одна з основних функцій стратегічного управління і являє собою процес прийняття управлінських рішень щодо стратегічного передбачення (формування стратегій), розподілу ресурсів, адаптації організації до зовнішнього та внутрішнього середовища організації.

Прискорення змін у навколишньому середовищі, поява нових запитів і зміна позицій споживача, зростання конкуренції щодо ресурсів, інтернаціоналізація бізнесу, поява нових, часто абсолютно несподіваних можливостей для здійснення бізнесу, розвиток інформаційних мереж, широка доступність сучасних технологій, зміна ролі людських ресурсів, а також ряд інших фактів призвели до різкого зростання значення стратегічного управління в діяльності підприємництва [2].

Стратегічне планування являється фундаментом, на якому будується вся система управлінських функцій. Стратегічне планування є інструментом, за допомогою якого формується система цілей функціонування підприємства.

Основні принципи стратегічного планування:

- досяжність цілей - всі заходи та шляхи їх здійснення, передбачені в системі стратегічного планування, спрямовано на встановлення та досягнення;

- селективність - реакція на середовище, що змінюється, шляхом переходу на заздалегідь обґрунтовані та визначені альтернативи;

- комплексність - орієнтація на охоплення окремими стратегіями всіх аспектів діяльності об'єкта та взаємозв'язок між ними; в межах стратегічного планування готують систему рішень, а не окремі рішення; спрямованість на зміну ситуації зовні та всередині підприємства;

- послідовність - стратегічні зміни мають впроваджуватися в певному порядку з урахуванням досягнутих результатів і специфічних особливостей процесів та явищ;

- безперервність - стратегічна діяльність є складним процесом, зупинка якого повертає підприємства у початкову позицію;

- наукова та методична обґрунтованість — використання поширених науково-методичних підходів допомагає розробляти реальні плани, узгоджені з параметрами зовнішнього та внутрішнього середовища;

- реалістичність - врахування особливостей функціонування об'єкта, відносно якого розробляються стратегічні плани, та можливості досягнення певних параметрів;

- динамічність - урахування часових характеристик і характеру змін, що відбуваються на підприємстві згідно з етапами «життєвих циклів», цьому сприяє наявність надійного зворотного зв'язку;

- ефективність і соціальна орієнтованість - забезпечення, з одного боку, перевищення результатів, передбачених плануванням над витратами, потрібними для його здійснення; з іншого — розв'язання не лише суто виробничих проблем, а й участь у пом'якшенні суспільних проблем;

- кількісна та якісна визначеність - планування має дати певні орієнтири, які відіграватимуть роль контрольних точок, але не можна процес планування звести лише до розрахунку показників, забуваючи про сутність процесів, які потрібно здійснити;

- довготривалість заходів - орієнтація на розв'язання складних проблем, які існуватимуть у довгостроковій перспективі.

Розглядаючи принципи стратегічного планування, можна зробити висновок про наявність єдиної філософії стратегічного планування - активної адаптації до середовища та середовища - до потреб підприємства [1].

Стратегічне планування має на меті довгострокове забезпечення результативності підприємства і освоєння його нових можливостей. Для цього необхідно, перш за все, найбільш повно враховувати зміни в

навколишньому середовищі, які являють собою потенційні загрози і майбутні можливості для підприємства. Потрібно передбачити непідконтрольні сили, критичні тенденції з боку оточення та обмежити їх можливий вплив на підприємство.

Список використаної літератури:

1. Куденко Н.В. Стратегічний маркетинг : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2006. 152 с.

2. Лабмен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / пер. с франц. Санкт-Петербург : Наука, 1996. 589 с.

УДК 658.8:007

Поливанюк І.І., магістрант, гр. МОМ-18, ФБСО
Науковий керівник: Бурачек І.В., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ІНСТРУМЕНТИ КОУЧИНГУ В СИСТЕМІ МАРКЕТИНГУ

В сучасній Україні відбуваються зміни, які стосуються, перш за все, сфери управління. Змін зазнають не тільки психологія керівника, але і його стиль керівництва, методи управління, відбувається переоцінка керівниками та менеджерами свого місця і ролі в системі управління, з'являються нові стилі управління, наприклад коучинг. Очевидним є те, що в сучасному світі майбутній стан організації багато в чому залежить не тільки від керівників та правильності їх управління, але й від маркетингових інструментів та позиціонування товарів чи послуг на ринку. Звичайно важливим є вміння менеджера організувати ефективну роботу працівників і прагнення досягти кращих результатів, але без споживачів та знання зміни їх попиту, організація не протримається довго на плаву і не завоює лідируюче місце в своїй галузі. Реклама є частиною маркетингу, за довгий період свого існування вона стала набридливою для споживачів, і тому багато людей зацікавлені питанням, як саме покращити рекламу і привабити більше споживачів.

В даний час тема коучингу стала однією з найбільш затребуваних в області менеджменту та консалтингу. За даними європейських фахівців, це один з ефективних методів та стилів управління в менеджменті. Більшість коуч-консультантів визначають його не тільки як метод безпосереднього навчання, але і як філософію, систему технологій і методів, спрямованих на постановку і максимально швидке досягнення цілей.

Коучінг проводиться незалежною особою (коучером) як індивідуальна робота з керівником. Одна з основних цілей коучингу − це навчити людину думати по-новому. Долаючи бар'єри на шляху до успіху і кидаючи виклик досягти нових, кращих результатів коучинг здійснює позитивний вплив не тільки на кар'єру, але й на особисте життя людини та колективу вцілому.

З точки зору управління, коучинг може розглядатися як самостійний вид діяльності, або як стиль управління. Іншими словами, він може впроваджуватися у вигляді певних «коучинг-сесій», які менеджери і члени команди відокремлюють від звичайної діяльності підприємства, або він може бути інтегрований в поточне (оперативне) управління команди або відділу.

Найбільшим зрозумілим і налагодженим процесом коучингу є вибір коуча і організація проведення коуч-сесій, в той час як оцінка ефективності залишається в компаніях в найменшій мірі налагодженим процесом, до якого зберігається стійкий інтерес.

Спілкування проходить у формі коуч-сесії – це періодична і особливим чином структурована бесіда, завдання якої полягає в просуванні до поставленої мети клієнта.

Коучер не просто ставить питання. Він запитує, дає зворотний зв'язок і допомагає клієнтові знайти відповіді на такі питання, яких той ще не задавав або не хотів собі задати, а також допомагає підійти до проблеми, що раніше вивчається клієнтом, з іншого боку.

У записах коуч-сесії повинні бути присутні: формулювання мети, параметри вимірювання цілі, основні кроки роботи, підсумкова програма дій клієнта по досягненню мети.

Укладення контракту на сесії – одна з ключових компетенцій коучера. При відсутності контракту на сесії коучинг втрачає спрямованість, стає неможливою оцінка досягнень. Для того щоб укласти контракт на сесію, досить запитати клієнта: «Що ви хотіли б досягти за цю сесію?».

При визначенні мети клієнта необхідно слідувати принципам SMART. Тобто, мета повинна бути специфічною, вимірної, досяжною, реалістичною і в певних тимчасових рамках. Після коуч-сесії необхідним є підвести підсумки та визначити свої результати до чого ми прийшли, до чого ми йшли, і чого нам ще не вистачає. Такі підсумки робляться за допомогою маленької анкети.

У 1980-х роках коучинг почав відігравати важливу роль в бізнесі, але довгий час був привілеєм лише керівників вищого рівня. Незабаром про ефективність коучингу стало відомо у всьому світі. Але серйозне ставлення до ролі коучингу в області організаційного розвитку було

підготовлено роботами по ситуаційному лідерству, де коучинг розглядається як стиль керівництва, спрямований на розвиток ініціативи і самостійності підлеглих.

Більшість успішних компаній використовує програму коучингу, щоб запобігати проблемам з персоналом, збільшувати продуктивність тим самим покращувати конкурентоспроможність та престиж компанії. Адже співробітники це внутрішній потенціал та обличчя усієї компанії.

Існує основна класифікація видів коучингу, яка об'єднує багато напрямів в собі. Наприклад, існує бізнес-коучинг – це цілеспрямований процес вирішення задач, що полягає в розробці покрокового плану її вирішення. Сприяє зростанню продуктивності праці, шляхом розкриття потенціалу працівників, підвищення їх мотивації за рахунок віри у власні сили та розуміння процесу вирішення задачі. Ще існує лайф-коучинг та проектний коучинг,кожний з цих видів має свою специфіку і свої власні індивідуальні результати.

Коучинг працює з сьогоденням і майбутнім організації. Коучинг допомагає розуміти, що вже є в організації, і допомагає розвинути те, чого не вистачає. Тобто допомагає створити нові можливості, розвинути внутрішній потенціал підприємства.

У теперішній час ефективність реклами в більшій мірі залежить від сили її психологічного впливу, про що свідчать численні дослідження зарубіжних та вітчизняних вчених. Чільне місце серед них займає праця німецького психолога Клауса Мозера «Психологія маркетингу й реклами». Так, окрім детального аналізу психологічних основ для різних маркетингових інструментів і моделей інтерпретації даних, у книзі наведені пояснювальні механізми психологічних методів, які сприяють покращенню маркетингових і рекламних дій.

Заслуговують на увагу результати досліджень російського вченого А. Н. Лебедєва-Любимова, викладені у праці «Психологія реклами». Дослідник наводить характеристику різних видів рекламної діяльності з погляду психології; механізми впливу реклами на людину та ступінь їх ефективності; вплив реклами на культуру.

Рекламна комунікація розглядається російськими вченими М. Ю. Коноваленко та В. А. Коноваленко в праці «Психологія спілкування» в частині професійної комунікації. Дослідники наводять схему рекламної комунікації, психологічні фактори формування зацікавленості до рекламного звернення та види рекламного психологічного впливу.

Варто зазначити, що реклама як економічний (маркетинговий) інструмент здійснює суттєвий соціокультурний вплив на суспільство та окрему людину. Даний аспект висвітлено в дослідженні українського вченого А. В. Лященко.

Синтезовані в 1960-х роках минулого століття важливі на той час елементи маркетингу в комплексі маркетингу «4Р» наразі продовжують еволюціонувати та доволі суттєво змінюватись, втрачаючи свою універсальність. Наприклад, Chekitan S. Dev і Don E. Schultz пропонують модель «SIVA», яка по суті є тією ж моделлю «4Р», тільки зі «зворотного» боку – очима покупця, де чільне місце посідають потреби споживача. В аспекті вищезазначеного суттєво змінюється взаємодія між рекламодавцем та споживачем реклами в найбільш широкому значенні.

Загальновідомо, що розробка конкретних рекламних заходів залежить від особливостей продукту, етапу його життєвого циклу, цільової аудиторії та релевантних інструментів рекламного впливу. Проте з огляду на вищесказане стає зрозумілим, що рекламний вплив повинен стати більш складнішим, витонченішим, таким, що спрямований безпосередньо на споживача. Більшого значення набувають засоби непрямого психологічного впливу. Це передбачає подальший пошук сучасних, більш дієвих підходів до розробки реклами як важливого комунікативного засобу зв'язку між продавцем та покупцем товару.

Сьогодні навряд чи хтось вважає, що реклама має безпосередній і несподіваний цілеспрямований вплив і спонукає, наприклад, до покупки продукту, це і так зрозуміло. Більш того, очікується, що існують різні етапи, які є посередником між презентацією реклами і покупкою рекламованого продукту. Однією такою моделлю, яка була відома вже в кінці 19-го століття, і яка робить подібні припущення, є модель AIDA (AIDA-Modell).

Вона виділяє чотири рівні впливу реклами: увага (attention), інтерес (interest), бажання / прагнення (desire) і дію (action). Ця до сьогоднішнього дня популярна модель впливу реклами спочатку вважалася описом протікання впливу реклами. Тобто реклама викликає спочатку увагу, потім збуджує інтерес, на закінчення звертається до мотивів («бажання / прагнення») і спонукає до дії (до покупки).

Отже, модель висловлює протікання процесу впливу реклами: увага є передумовою для інтересу. Далі наводяться рекомендації щодо того, як повинна бути організована реклама: для того щоб бути ефективною, реклама повинна торкатися всіх чотирьох рівнів. І, нарешті, вона дає основу застосування певних методів передачі впливу реклами.

Послідовність виконання всіх рівнів сувора від початку до кінця. Ніяких перестановок. Вся методологія побудована на психології людського організму, тому ставитися до неї потрібно з великою повагою. І без детального опрацювання цільової аудиторії немає сенсу

починати діяти.

Якщо дотримуватися хоча б однієї цієї букви, то це можна вважати як рівень супер-маркетолога. Так як через колосальну кількість реклами в світі утворилася проблема під назвою «Рекламна сліпота». Якщо все таки вдалося привабити увагу споживача, це лише половина досягнутої цілі. В середньому людина, на думку вчених, бачить на день 3 000 рекламних посилів, це висока конкуренція. Тому привернути увагу споживача – це ціле мистецтво.

Коли розроблена найскладніша частина реклами − привернута увага, то потрібно її зафіксувати, щоб людина виявила інтерес до подальшого вивчення і витратила свої шалено дорогі хвилини життя на це. До слова, у Білла Гейтса (засновника Майкрософт) хвилина коштує − 6 659 доларів.

У випадках рекламної статті, увагу викликає заголовок, а інтерес − перші абзаци. У свою чергу відео викликає увагу перші 3 секунди, а інтерес − такі 10-30 секунд.

Увагу привернули, інтерес є, час переходити до самого продукту. Для більш легкого сприйняття можна називати цей крок «презентація». Тоді все відразу стає на свої місця. На цьому етапі потрібно розповісти про властивості-переваги-вигоди продукту, показати продукт в найкращому світлі. Після усіх цих дій та правил як результат збільшиться кількість простих споживачів та потенційних клієнтів компанії, організації.

Роль реклами як комунікаційного засобу відіграє одну з найважливіших ролей в комплексі маркетингу. Проте споживач стає більш вибагливим до засобів та прийомів реклами, сучасна людина спроможна знайти необхідну інформацію з різних джерел, витрачаючи при цьому мінімум ресурсів; ставлення споживачів до реклами може бути доволі скептичним. Функція інформування в рекламі практично нівелюється, на перший план виходить необхідність переконання на підсвідомому рівні (навіювання). Отже, ефективність впливу реклами на споживачів багато в чому залежить від того, наскільки в ній враховуються особливості психічних процесів людини.

Опитування щодо ставлення українського населення до реклами дозволило виявити такі факти: 75,3% опитуваних потреби в рекламі не відчувають; лише 17,9% повністю або частково довіряють рекламі, натомість 50,2% не довіряють їй взагалі. Опитуванням було охоплено 72 респондентів у наступних вікових категоріях: від 16 до 20 років (22 опитаних, 30%), від 21 до 35 років (19 опитаних, 26%), від 36 до 45 років (18 опитаних, 25%), від 46 до 60 років і більше (13 опитаних, 19%) (рис 2).

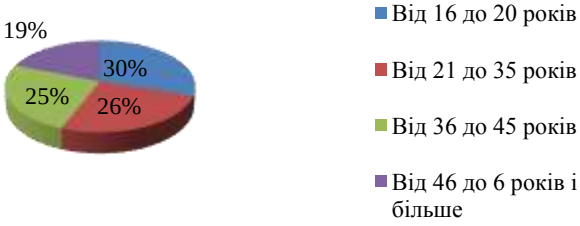


Рис 1. Розподіл респондентів за віковими групами

Проаналізувавши вік опитаних ми дійшли до такого висновку, що зі збільшенням віку споживачів підвищується їх негативне відношення до реклами (табл. 1).

Таблиця 1

Відношення споживачів до реклами (у % від кількості опитаних)

Вікові групи	Позитивне ставлення	Нейтральне ставлення	Негативне ставлення
16 - 20	12%	28%	2%
21 - 35	10%	24%	4%
36 - 45	0%	12%	2%
46 – 60 і більше	0%	4%	2%

Отже, коли ви створюєте підприємство відразу потрібно думати яка вікова категорія буде вашими потенційними клієнтами чи споживачам і взагалі чи варто застосовувати рекламу як інструмент піару.

Люди втомилися від агресивної реклами, навчилися блокувати її, в браузерах створені спеціальні доповнення, які безкоштовно або за певну плату автоматично блокують рекламу. Частіше всього людей дратує реклама, яка не відповідає їхньому віку, тобто дана людина не потрапляє під цільовий сегмент реклами, яку переглядає.

На початку XX ст., коли психологи почали проводити численні прикладні дослідження в галузі реклами, її завдання формулювалися головним чином як навіювання, сугестія, тобто спосіб психологічного впливу на волю людини з метою «створення в неї потреби у рекламованому товарі».

Рекламних звернень дуже багато, та їх кількість продовжує збільшуватися. Тому привернути увагу, збудити позитивні емоції за допомогою реклами, стає все важчим завданням, без маркетолога як

мінімум організації не обійтися, тому на допомогу приходять рекламні агентства. Дещо простішим є завдання, коли маркетингові звернення містять дійсно нову інформацію (діє підхід переконання), проте дуже складним стає завдання ефективного рекламування в умовах, коли у зверненні не міститься жодної нової інформації для споживача. За таких умов основного значення набуває фактор здатності творців рекламного звернення знайти цікаве творче рішення.

Необхідно відмітити, що змістовне наповнення реклами включає в себе й об'єднує в єдине ціле наше сприйняття дійсності на той продукт, що ми отримуємо завдяки вираженню нашого світосприйняття. Звертаючись до консумерістської культури слід зазначити,що так званий «measure up» – прийом, принцип якого полягає у тому, що рекламний образ є завжди кращим за глядача, являє собою недосяжний ідеал, що несе у собі багато привабливості. Глядач на підсвідомому рівні хоче це мати, щоб підвищити свою самооцінку.

Отже, у теперішній час реклама – це більше навіювання, гіпноз тощо. Добре відомо, що звичайному гіпнотичному впливу або навіюванню схильні далеко не всі люди, за різними оцінками їх кількість складає від 15 до 40%. Головною причиною несприйнятливості стають нездоланні бар'єри свідомості, коли відбувається не допускання зовнішнього втручання у свідомість. У імперативному впливі на підсвідомість воля просто придушується волею суб'єкта, але це спрацьовує далеко не з кожною людиною. Існує такий метод як еріксонівський гіпноз, в якому бар'єри свідомості не проламуються, а оминаються. Ефективність навіювання в цьому випадку може досягати 100%. Одним з таких підходів у методологічному сенсі може бути застосування у розробці реклами елементів коучингу як мистецтва ставити правильні питання.

Якщо поєднати традиційну рекламу з коуч-сесією, то в результаті отримаємо рекламу (рекламне звернення) з використанням елементів коучингу. Взагалі коуч-сесія – це поетапова розмова, яка допомагає клієнту зрозуміти складну ситуацію, знайти ресурси й розробити план досягнення мети. Коуч-сесія послуговується певними інструментами, до числа яких відноситься SMART–методика. Це сучасний підхід до постановки цілей. SMART є абревіатурою, розшифровка якої: Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time bound. Кожна буква абревіатури SMART означає критерій ефективності поставлених цілей (Specific – конкретна, Measurable – вимірна, Achievable – досяжна, Relevant – релевантна, Time-Bound – визначена у часі).

Наразі існує багато різних моделей впливу за допомогою реклами, наприклад двоступінчаста модель Левіджа та Стінера, модель

МакГвайера, двофакторна модель пізнавальних реакцій Гілберта, Крулля та Малоуні, модель альтернативних способів Батра і Рея, модель навіювання та вірогідності переконання Петті Качіоппо, модель Росситера і Персі, а також ступінчаста модель впливу AIDA . У запропонованому підході ми виходимо за рамки розробки й частково застосовуємо елементи планування й розглянемо їх на прикладі телевізійної реклами як найбільш простого каналу комунікацій.

Першим питанням у запропонованому підході є «Що саме буде спонукати споживача купити або отримати товар чи послугу?». В цьому випадку можна звертати увагу на проблеми та недоліки споживача, або за допомогою питань викликати певну реакцію споживача (наприклад, стадний інстинкт – всі можуть, і я зможу), або приваблювати глядача новими можливостями.

Другим питанням є «Наскільки реально створити контекст реклами?». Створення контексту залежить від специфіки підприємства, від заданої мети, наприклад, чи спрямована діяльність підприємства на збільшення обсягів продажу, чи на збільшення відвідуваності. Чим більшу специфіку має товар чи послуга підприємства, тим важче придумати контекст і прослідкувати дію реклами на підсвідомість людини.

Третім питанням є «Як можна вплинути на споживачів, якими інструментами?». Наприклад, за допомогою такого методу психологічного впливу як методика припущення, традиційне рекламне звернення звучить як «Перш ніж ви купите товар, зверніть увагу на низьку ціну.», а рекламне звернення, розроблене за допомогою коучингу буде мати такий вигляд «Перш ніж ви купите товар, зверніть увагу на низьку ціну, ви ж вмієте економити, чи не так?». В методі припущення потрібна команда подається як попередня дія чи умова для виконання будь-якої іншої дії, менш важливої, ніж потрібна команда, і тому такої, що легко піддається свідомому контролю. При цьому сама команда цензури свідомості уникає.

Наступним питання в методиці SMART є питання «Наскільки реально досягти ефекту за даний проміжок часу?». Будь-яка компанія не буде платити кошти за рекламу, якщо не зможе відслідкувати економічний ефект. Тому важливою складовою ефективної реклами є правильне визначення сегменту ринку, для якого буде створене рекламне звернення. Варто пам’ятати особливості кожного сегменту споживачів. Наприклад, на телебаченні реклама, що спрямована на жінок-домогосподарок, кращими будуть години з 6:00 до 17:00. Для дітей – з 6:00 до 12:00 та з 17:00 до 19:00. Для молоді кращими будуть часові рамки з 17:00 до 23:00, а бізнесменам зручним часом буде

проміжок з 19:00 до 23:00. Після опівночі телевізор дивляться лише люди вільних професій та безробітні.

Останнім питанням є «За який термін можна досягти ефекту?». Стандартна тривалість телеролика – 30 сек. Варто звернути увагу на те, що телевізійна реклама оплачується посекундно, та її мінімальна тривалість повинна бути 15 сек. Важливим та обов'язковим є також визначення досягнень та контроль за ефектом від рекламного ролика через певний період часу.

Дотримання вказаних етапів надасть змогу створити ефективну рекламу для просування товару чи послуги у високо конкурентному середовищі.

Рекламне звернення з елементами коучингу також має практичне застосування. Це можна застосовувати як таргетинг або ретаргетинг. Суть таргетингу полягає у виділенні з числа відвідувачів сайту групи осіб, які відповідають деяким заздалегідь визначеними умовами, які і формують основні види таргетингу. Термін походить від цільового маркетингу (target marketing) і об'єднує два його етапи: визначення актуальних сегментів і вплив на їх поведінку. Також розміщуючи рекламу за допомогою таргетингу, продавець, замовник може обирати, в якому регіоні та в якій час користувачі соціальної мережі будуть бачити рекламне словесне повідомлення, щоб відсіювати нецільову аудиторію. Ретаргетинг працює з відвідувачами сайтів, які вже шукали певну продукцію чи послуги. За допомогою cookie-файлів сайт вираховує клієнта та пропонує придбати товари на сайті. Також ідея ретаргетингу полягає в тому, щоб показувати користувачеві на інших сайтах, які він відвідує, нагадування або спеціальні пропозиції, які можуть його зацікавити, тим самим утримуючи аудиторію і повертаючи їх до вас. Цей спосіб дозволяє повторно залучати користувачів, і викликати в них інтерес до продукції або послуг.

Деякі вікові категорії частіше їздять громадським транспортом, наприклад маршрутним таксі. В них часто встановлюють екрани на яких транслюють рекламу. Така реклама замовляється в рекламному агентстві, вони також можуть розробити саме відео, а замовник висловлює або бажаний результат або пропозицію свого слогана або тесту. Також з вікон маршруток видно біл-борди, сіті-лайти на яких може розміщуватися реклама наприклад словесна, бажано обирати таке місцезнаходження цих рекламних засобів блище до тих місць де скупчення цільової аудиторії найбільше.

Отже, рекламне звернення, розроблене за допомогою елементів коучингу, може бути в теперішніх умовах методом задоволення потреб значних сегментів ринку та доведення інформації методом, який

задовольняє, а не відлякує споживача. Така реклама зменшить конфліктність споживачів, оскільки вони будуть приходити з визначеними цілями й бажаннями.

УДК 339.56

Процевят О.С., аспірант
ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.І. Долішнього НАН України»

ОЦІНКА ДИНАМІКИ СИРОВИННОГО ЕКСПОРТУ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Аналіз динаміки товарної структури експорту як України, так і її регіонів, засвідчив сировинний характер більшості товарів у розрізі товарних груп експорту, оскільки у структурі українського експорту домінує значна частка експорту сировинної продукції (зокрема сюди належить сировина, напівфабрикати та продукція із низьким рівнем доданої вартості).

Дослідження доводять, що у структурі товарного експорту сировинна продукція розподілена за такими товарними групами:

- I. Живі тварини; продукти тваринного походження;
- II. Продукти рослинного походження;
- III. Жири та олії тваринного або рослинного походження;
- V. Мінеральні продукти;
- VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості;
- VIII. Шкури необроблені, шкіра вичищена;
- IX. Деревина і вироби з деревини;
- X. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів;
- XIII. Вироби з каменю, гіпсу, цементу;
- XV. Недорогоцінні метали та вироби з них;
- XVI. Машини, обладнання та механізми: електротехнічне обладнання.

Протягом 2014–2018 рр. частка сировини у структурі українського експорту перебувала в межах від 75,8% у 2014 році до 76,2% – у 2018 році. За січень-липень 2019 року у порівнянні із аналогічним періодом попереднього року значення частки сировини зросло до 76,6% проти 75,8%. Водночас питома вага промислової сировини (не враховує суму I і II товарних груп) у структурі українського експорту за аналізований

період скоротилася до 52,7% у 2018 році проти 57,7% – у 2014 році та продовжує скорочуватись до51,5% за січень-липень 2019 року [1].

У регіональному розрізі питома вага сировинного експорту Львівської області у структурі експорту товарів є дещо меншою за загальноукраїнські значення. Так, частка сировинного експорту Львівської області за період 2014–2018 рр. коливалася в межах від 64,2% у 2014 році – до 69,7% за січень-липень 2019 року (рис. 1) [2].

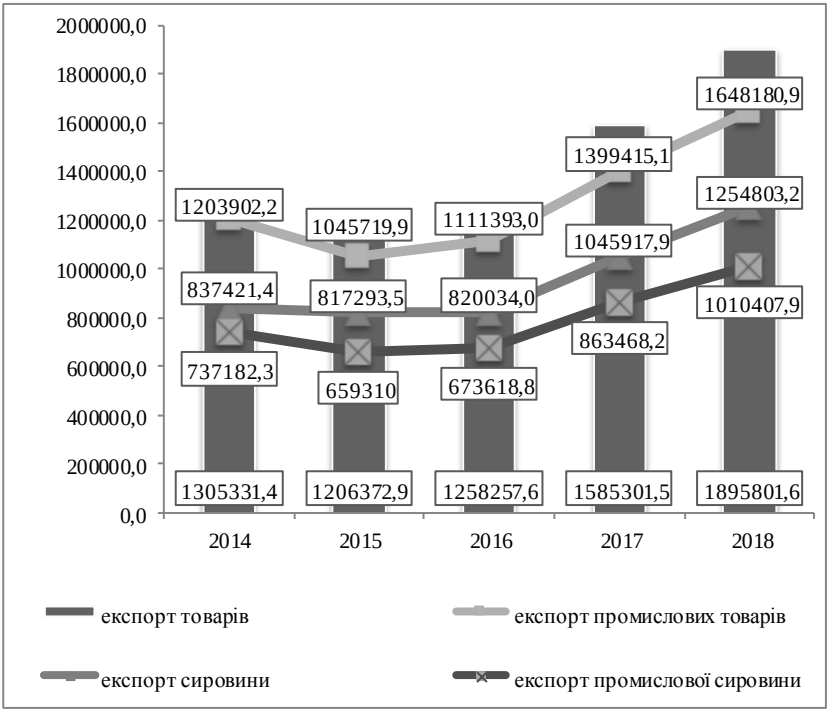


Рис. 1. Експорт товарів Львівської області, тис. дол. США

Джерело: побудовано за даними Головного управління статистики у Львівській області [2].

У розрізі товарних груп частка експорту промислової сировини Львівської області у 2018 році зменшилася до 53,3% проти 56,5% – у 2014 році. Однак за січень-липень 2019 року значення частки експорту промислової сировини суттєво зросло до 61,4% (табл. 1).

Таблиця 1

Товарна структура експорту промислової сировини Львівської області, %

Товарні групи	2014	2015	2016	2017	2018	січ.-лип. 2019
Експорт товарів	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
III. Жири та олії тваринного або рослинного походження	4,1	6,2	6,9	6,7	6,3	9,0
V. Мінеральні продукти	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	4,6
VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	2,1	1,1	0,8	0,8	0,8	0,7
VIII. Шкури необроблені, шкіра вичищена	2,4	2,7	3,2	3,6	3,6	3,2
IX. Деревина і вироби з деревини	11,5	10,9	10,0	9,7	9,8	9,1
X. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	4,1	3,2	2,6	2,7	2,6	2,3
XIII. Вироби з каменю, гіпсу, цементу	1,1	1,3	1,0	1,1	0,9	0,8
XV. Недорогоцінні метали та вироби з них	3,7	2,7	2,7	2,7	2,9	2,5
XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	27,5	26,6	26,2	27,0	26,1	29,1

Джерело: побудовано за даними Головного управління статистики у Львівській області [2].

За даними табл. 1. видно, що найбільшу частку у структурі експорту промислової сировини займає товарна група «XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання», питома вага якої значно збільшилася у поточному періоді. Суттєве зростання часток експорту промислової сировини відбулося також за такими товарними групами, як «III. Жири та олії тваринного або рослинного походження» та «V. Мінеральні продукти».

Таким чином, варто відзначити, що у структурі товарного експорту не тільки України, але і у регіональному розрізі (на прикладі Львівської області) домінує висока частка експорту сировини. І це важлива проблема, яка потребує нагального вирішення, оскільки сировинна модель вітчизняної економіки гальмує розвиток видів економічної діяльності та створює бар’єри на шляху переходу до інноваційного типу виробництва високотехнологічної продукції.

Список літератури

1. Статистична інформація / Державна служба статистики

України. – URL: http:// www.ukrstat.gov.ua.

2. Статистична інформація / Головне управління статистики у Львівській області. – URL: http://www.lv.ukrstat.gov.ua.

УДК 330.332.011

Страпко И.В., студентка
Микитюк В.И., студентка
Брестский государственный технический университет

ВЛИЯНИЕ ИННОВАЦИОННОГО ФАКТОРА НА НАЦИОНАЛЬНУЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Инновационная политика белорусского государства ориентирована на развитие интеллектуальных ресурсов, что позволяет решать задачи перестройки экономики, бесперебойного обновления технической базы производства, выпуска конкурентоспособной продукции, которая направлена на создание благоприятного экономического климата для осуществления инновационных процессов. Существующие на сегодняшний день в стране научно-технические ресурсы, такие как накопленные знания, научные кадры, материально-техническая база и система финансового обеспечения науки оцениваются как достаточные стартовые условия для дальнейшего развития. Учитывая актуальность инноваций для достижения социально-экономических целей, вопросы по активизации инновационной и инвестиционной деятельности определены как один из приоритетов Республики Беларусь. В связи с этим важнейшей социально-экономической задачей в настоящее время является повышение эффективности использования научных разработок в производстве.

Правительством Республики Беларусь уделяется значительное внимание созданию эффективного механизма правового регулирования научно-технической и инновационной деятельности, в котором особое место обязаны занимать правовые инструменты государственного стимулирования и поддержки научной и инновационной деятельности.

Для закрепления позиций национальной экономики на международных рынках необходимы меры государственной поддержки импорта новейших технологий, защиты прав интеллектуальной собственности национальных компаний. Освоение перспективных элементов нового технологического процесса требует формирование республиканских и международных научно-производственных кластеров, что позволит существенно снизить удельные затраты на

разработку и внедрение инноваций. Все формы и методы государственного регулирования должны быть гибкими и адекватными. Необходимо координирование инновационной деятельности, определение общих стратегий, стимулирование инноваций и поощрение конкуренции в форме финансовых субсидий и льгот, страхования инновационных рисков, действенных механизмов инновационного законодательства, кадрового обеспечения.

В современных условиях усиливающегося процесса глобализации и интернационализации проблемы конкурентоспособности выходят на первый план. При исследовании потенциальных возможностей важнейшее значение приобретают качество товара, его новизна, наукоёмкость изделий. Поэтому в Республике Беларусь необходимо обеспечить повышение товарной конкурентоспособности за счет применения инноваций, разработки наукоемких продуктов, создание которых невозможно без развития научно-технического потенциала, используя затраты на инновации. Что характеризуются быстрыми темпами научно-технического прогресса и повышающейся интеллектуализацией основных факторов производства. Эти факторы производства определяют конкурентоспособность национальной экономики.

Конкуренция в области инновационной деятельности – это образно инновационный конкурс с непредсказуемыми итогами при решении научно-технических, социально-экономических и других проблем [1].

Рейтинг глобальной конкурентоспособности представляется ежегодным отчетом Всемирного экономического форума и Международного института развития менеджмента. Данный рейтинг разрабатывается для того, чтобы страны, которые не вошли в его, пересмотрели свою инновационную деятельность и сделали для экономики выводы, определяющие причины такого уровня инновационного развития.

Индекс конкурентоспособности оценивает способность стран обеспечить высокий уровень благосостояния своих граждан. Это в первую очередь зависит от того, насколько эффективно страна использует ресурсы, которыми обладает. При этом для поддержания уровня жизни в условиях свободного рынка, как правило, необходимо постоянное повышение производительности труда и качества товаров и услуг.

Проанализировав рейтинг глобальной конкурентоспособности по докладу Всемирного экономического форума можно сделать выводы, что рейтинги конкурентоспособности основаны на комбинации общедоступных статистических данных и результатов опроса

руководителей компаний, обширного ежегодного исследования, которое проводится Всемирным экономическим форумом совместно с сетью партнерских организаций. Анкета составлена так, чтобы охватить широкий круг факторов, влияющих на бизнес-климат. В отчет также включен подробный обзор сильных и слабых сторон конкурентоспособности стран. Это делает возможным определение приоритетных областей для формулирования политики экономического развития и ключевых реформ [2].

Республика Беларусь обладает рядом национальных конкурентных преимуществ: политическая и экономическая стабильность; выгодное экономическое и географическое положение; высококвалифицированный трудовой, научный и технический персонал; наличие свободных экономических зон и Парка высоких технологий; прогрессивное инвестиционное законодательство. Наука и технология на современном этапе предопределяют модернизацию страны, которая реализовывает все без исключения возможности и способы для перехода к инновационной и наукоемкой экономике.

Основным условием обеспечения высокой конкурентоспособности белорусской экономики являются инновационное развитие, а также постоянное технологическое усовершенствование всех сфер деятельности путем использования новых знаний. Инновационная стратегия, которая формируется на всех уровнях управления и хозяйствования с учетом результатов научно-технического прогнозирования и маркетинга должна быть ориентирована на возможность опережения возможных конкурентов в расширении действующих рынков и создании новых рынков товаров и услуг.

Список литературы

1. Влияние инноваций на механизмы управления конкурентоспособностью / А.А. Чурсин, В.П. Соловьев. – 2013г. – №3 – 54с.

2. Исследование INSEAD: Глобальный индекс инноваций 2018 г. [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.gtmarket.ru. Дата доступа: 11.06.2019.

УДК368.025(476)

Страпко И.В., студентка
Сушко О.В., студентка
Брестский государственный технический университет

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЫНКА БАНКОВСКИХ И СТРАХОВЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Основным направлением поступательного развития банковского сектора в современных условиях является розничный банковский бизнес. Это вызвано рядом причин. Во-первых, крупные корпоративные клиенты уже охвачены банковскими услугами, и конкуренция в секторе корпоративных услуг сложилась жесткая. Рынок розничных банковских услуг только формируется и имеет огромный потенциал роста. Во-вторых, сбережения населения являются важным источником ресурсов для банков. В-третьих, кредитование населения способствует росту потребительского спроса, который выступает одним из факторов экономического роста. Кроме того, расширение услуг населению позволяет диверсифицировать банковскую деятельность и снизить банковские риски в целом.

Сегодня участниками рынка розничных банковских услуг в рамках имеющихся лицензионных полномочий являются 29 банков из 31 действующего на территории Республики Беларусь. Предоставление розничных услуг --полного их спектра или определенного набора тех или иных видов услуг осуществляется разными структурными подразделениями банков, такими, как филиалы, отделения, расчетно-кассовые центры, центры банковских услуг, валютно-обменные пункты, передвижные кассы.

В настоящее время банковский сектор Республики Беларусь играет доминирующую роль на рынке финансовых услуг. Он представлен банками, осуществляющими широкий спектр банковских операций по обслуживанию предприятий и населения.

В Республике Беларусь сложилась двухуровневая банковская система: Национальный банк Республики Беларусь и коммерческие банки.

Характерной особенностью институционального развития является наличие в 2007 году тенденций в изменении структуры собственности в банковском секторе. В их числе: снижение доли нерезидентов в совокупном уставном фонде банков с 11,8 до 9,3 процента с одновременным снижением доли банков с преобладанием капитала

нерезидентов в активах банковского сектора с 20,0 до 16,2 процента, в капитале с 18,3 до 15,7 процента, а также уменьшением численности таких банков с 19 до 18; снижение доли национального частного капитала в уставном фонде банковского сектора с 6,3 до 5,4 процента с одновременным сокращением доли банков с преобладанием национального частного капитала в активах банковского сектора с 7,2 до 6,2 процента, в капитале с 6,7 до 5,5 процента, а также уменьшением численности таких банков с 7 до 6; рост доли банков с преобладающим участием в уставном фонде государственных органов и юридических лиц, основанных на государственной форме собственности, в активах банковского сектора с 72,8 до 77,6 процента, в капитале с 75 до 78,8 процента при неизменившемся количестве таких банков и увеличении доли государственных органов и юридических лиц, основанных на государственной форме собственности, в совокупном уставном фонде банковского сектора на 3,4 процентного пункта.

Банковские услуги предоставляются как юридическим, так и физическим лицам. Практически набор услуг, предоставляемый клиентам, может быть в различных банках одинаков, неодинаковым может оказаться их объем. В свободном перечне услуг коммерческих банков услуги, предоставляемые населению, занимают пока незначительный удельный вес, им еще предстоит увеличить количество видов операций для физических лиц в том числе по совершению платежей, кредитованию производственных и потребительских нужд, приему вкладов и другие.

Страховой рынок является неотъемлемым элементом рыночной экономики. Понятие страхового рынка в экономической литературе трактуется в двух аспектах. Во-первых, страховой рынок представляет собой совокупность экономических отношений по купле-продаже страховой услуги, выражающейся в защите имущественных интересов юридических и физических лиц при наступлении страховых случаев за счет денежных средств (премий) страхователей. Во-вторых, страховой рынок представляет собой сложную интегрированную систему страховых и перестраховочных организаций, осуществляющих страховую деятельность.

Страховой рынок предполагает самостоятельность субъектов рыночных отношений, их равноправное взаимодействие по поводу купли- продажи страховой услуги, развитую систему горизонтальных и вертикальных связей.

В организационно-правовом он представляется: государственными страховыми компаниями, акционерными страховыми обществами, обществами взаимного страхования, частными страховыми

компаниями и т. д.

В территориальном – местным (региональным), национальным (страна, республика) и мировым (общеевропейский страховой рынок стран членов ЕС) рынками.

С точки зрения сфер обслуживания местные страховые рынки именуются внутренними, национальные–внешними, а мировые–глобальными, международными.

Главными задачами внутреннего рынка является формирование спроса на страховые услуги (маркетинг, реклама и т. д.), продажа страховых полисов, гибкая тарифная политика, регулирование собственной инфраструктуры.

Организация и проведение гибкой тарифной политики является одной из главных составляющих внутреннего страхового рынка. На основании системы тарифов страховая организация определяет, какие цены на страховые услуги предлагать на рынке, какие скидки и льготы предоставлять потенциальным страхователям. Определение основных направлений деятельности страховой организации находится в непосредственной связи с внешним окружением.

Внешнее окружение рынка – система взаимодействующих сил, которая окружает внутреннюю систему рынка и оказывает на нее воздействие (экономическая политика государства, инфляционное составление финансов, курс валюты и др.).

Принципы функционирования страхового рынка:

- демонополизация страхового рынка;
- наличие конкуренции;
- принцип свободы выбора для страхователей условий страхования и объектов страховой защиты;
- принцип надежности и гарантии страховой защиты (механизм регистрации, лицензирования страховой деятельности, контроль финансовой устойчивости и др.);
- принцип сотрудничества страховщиков.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Теория финансов: учеб. пособие / Н.Е. Заяц [и др.]; под общ. ред. Н.Е. Заяц, М.К. Фисенко. – Минск: БГЭУ, 2005. – 351 с.

2. О страховой деятельности: Указ Президента Республики Беларусь, 25 авг. 2006 г., № 530 // Эталон – Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр правовой информации Республики Беларусь. – Минск, 2015.

3. Банковское дело / Под ред. О.И. Лаврушина. - М., 2002. - 511 с.

УДК 629.35

Сушко О.В., студентка
Микитюк В.И., студентка
Брестский государственный технический университет

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ И ПЛАНИРОВАНИЕ ТРАНСПОРТНЫХ ПЕРЕВОЗОК В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Транспортной отрасли присущ свой набор показателей, характеризующих ее деятельность. Основными из них являются:

- объем перевозок;
- грузо– и пассажирооборот (грузооборот измеряется в тонно–километрах; пассажирооборот– это произведение количества пассажиров на расстояние их перевозки);
- общий грузооборот и общие перевозки;
- средняя дальность перевозок грузов и пассажиро-пропускная способность вокзалов, погрузо-разгрузочных комплексов, транспортных путей.

Кроме перечисленных используются и другие показатели, характеризующие различные стороны производственно–финансовой деятельности отрасли (доходы, прибыль, рентабельность, эффективность использования ресурсов).

Для осуществления успешной деятельности транспортного обслуживания необходимо четкое планирование действий. План перевозок должен обеспечивать: удовлетворение потребностей в перевозках грузов и пассажиров; рациональные транспортно-экономические связи; экономически целесообразное распределение перевозки между видами транспорта; сокращение издержек, снижение дальности перевозок, их маршрутизацию; рациональное использование технических средств. Основной задачей планирования пассажирских перевозок является обеспечение наиболее полного удовлетворения потребностей населения в передвижении при оптимальном использовании транспортных средств. При планировании пассажирских перевозок учитывают возможное изменение доходов населения, тарифов у конкурентов, состояние санаторно-курортной базы в стране, последствия реализуемых мероприятий по повышению качества пассажирских перевозок, развитию сервиса и внедрению новых видов услуг[1].

Ключевым в процессе прогнозных и плановых расчетов является определение потребности в перевозках и возможностей транспортной системы по их выполнению. Непосредственное определение

показателей проводится в следующей последовательности:

- прогноз общего объема грузовых и пассажирских перевозок;
- прогноз перевозок грузов, в том числе по номенклатуре, регионам, ведомствам;
- прогноз перевозок пассажиров, в том числе по регионам и назначению;
- определение объемов перевозок по видам транспорта и перевозчикам.

Одной из центральных задач прогнозирования является распределение объемов международных перевозок по направлениям и видам транспорта. При распределении перевозок между видами транспорта должен получить широкое применение принцип, позволяющий в наибольшей степени использовать преимущество каждого из видов транспорта. В связи с этим в общих объемах должны выделяться перевозки тех категорий грузов, которые могут перевозиться различными видами транспорта, и тех которые требуют специальных транспортных средств и т.п.

Прогнозирование грузовых перевозок является многоэтапным. Оно начинается с определения общего объема перевозок грузов. Исходным является определение потребностей предприятий и отраслей в перевозках, выявление направлений грузопотоков. Потребность в перевозках складывается под воздействием объема и структуры продукции, прежде всего макроэкономических показателей, размещения производства по регионам, характера межрегиональных связей, специализации и кооперации производства, организации снабжения и сбыта продукции, размещения и развития путей сообщения. Объем перевозок рассчитывается по важнейшим видам продукции.

Составление прогноза пассажирских перевозок представляет очень сложную задачу, так как потребности населения в перевозках разнообразны. Основным показателем является пассажирооборот, величина которого зависит от количества пассажиров и дальности поездки. При определении этих величин анализируются данные за предшествующие периоды и учитываются факторы, влияющие на изменение пассажирооборота:

- рост численности населения, особенно городского, что делается на основе демографических балансов и метода экстраполяции;
- рост доходов населения
- тарифы;
- степень развития транспортной системы;
- социально–экономическое развитие различных регионов;

- проведение различных мероприятий (ярмарок, выставок, фестивалей и т.д.);
- развитие туризма, поездки в дома отдыха, санатории и т.д.;
- количество командировок и др.

Прогнозируются и такие показатели, как отправки, дальность поездки, назначение поездок. Обычно выделяют по укрупненным группам: деловые, туристические, поездки к месту отдыха, групповые перевозки рабочей силы на территориально удаленные от места проживания промышленные объекты, массовые перевозки военнослужащих и прочие. Знание структуры перевозок позволяет более качественно прогнозировать объем пассажирских перевозок и тем самым принимать упреждающие меры для их наиболее полного обеспечения[2].

Таким образом, планирование и прогнозирование транспортных перевозок играет достаточно важную роль в деятельности транспортной сферы. При верном планировании и прогнозировании фирмы, а также вся сфера транспортного обслуживания достигает успеха, используются все возможности, достигается возможный экономический эффект.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Байнев, В. Ф. Экономика региона: Курс лекций / В. Ф. Байнев. —Минск, Академия управления при президенте, 2012. —180с.
2. Старикова Н. Е. Понятие транспортной системы// МИИТ: Москва [Электронный ресурс] Режим доступа: http://allrefs.net/c50/480d2/ Дата доступа: 20.10.2019

УДК 338.46

Сушко О.В., студентка
Флячинская Н.Н., студентка
Брестский государственный технический университет

ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

В современных условиях хозяйствования одним из главных показателей развития сферы услуг является конкурентоспособность услуг, которая непосредственно связана с уровнем инновационной деятельности на каждом сервисном предприятии. Инновационные процессы в настоящее время приобретают все большую значимость, их

главной задачей является достижение предприятиями конкурентных преимуществ и более полное удовлетворение спроса потребителей в высококачественных товарах и услугах.

Сфера услуг в сегодняшних экономических условиях играет важнейшую роль в удовлетворении потребностей общества. Развитие сферы услуг и повышение ее эффективности удовлетворения потребностей общества напрямую связаны с инновациями. Современная экономика представляет собой сложный механизм хозяйствования, в котором взаимодействуют различные структурные элементы коммерческого, производственного, информационного и финансового характеров, для успешного функционирования которого необходимы экономические преобразования, учитывающие интересы регионов, отраслей, предприятий и общества в целом. Результаты экономических преобразований на основе активизации инновационной деятельности и инновационного менеджмента получают реальное экономическое содержание только через систему связей с материальным производством, сопровождаемое увеличением показателей функционирования каждого предприятия сферы услуг. Основной целью инновационной политики предприятия сферы услуг является создание и развитие базы для проведения эффективных преобразований его экономики, когда на первый план выходит инновационный бизнес как объект управления

В качестве инновации в сфере услуг выступает результат деятельности (сервисный продукт, технология или ее отдельные элементы, новая организация сервисной деятельности и т.д.), который способен более эффективно удовлетворять потребности потребителей. Инновационные формы обслуживания характеризуются новой сферой применения, сокращением времени обслуживания, созданием более качественных услуг, что позволяет привлечь новых потребителей [3].

Инновационная деятельность, как правило, характеризуется достаточно высокой степенью неопределенности и риска, поэтому важными принципами системы финансирования инноваций являются множественность источников, гибкость и адаптивность к быстро меняющейся, турбулентной среде инновационных процессов. В связи с этим возникает необходимость формирования систем управления инновационными процессами, определения организационной структуры и функций ее подразделений. Инновации в области управления подразумевают принятие новых принципов и политик по управлению человеческими ресурсами, технологиями, финансовыми потоками и информацией.

Инновационный процесс как объект управления, имеет ряд

объективных закономерностей, основными из которых являются: вероятностный характер освоения новшеств по срокам, затратам и результатам, затрудняющий планирование инновационных процессов в сфере услуг; ориентация на удовлетворение конкретных потребностей. В то же время инновационная деятельность в сфере услуг имеет социальную направленность. Инновации в сфере услуг должны удовлетворять определенные потребности как у производителей, так и потребителей сервисных услуг, обеспечивая в то же время достижение целей сервисного предприятия, повышение эффективности его функционирования, увеличение прибыльности и стабилизацию рыночных позиций.

Управление инновационными процессами должно базироваться на основных научных принципах: ориентации на потребителя, системности, приоритетности, согласованности со всеми участниками инновационного процесса и т.д. Это требует разработки стратегии инновационного управления. При этом стратегическая инновационная цель выступает как средство достижения приоритетных целей предприятий. По содержанию цели формируются либо наступательная инновационная стратегия, направленная на достижение лидирующего положения на рынке услуг, либо стабилизационная, направленная на удержание завоеванных позиций. Среди многих научных подходов к инновационному управлению (системный, воспроизводственно-эволюционных, функциональных, маркетинговых, нормативных, процессного и др.) для сферы услуг и ее предприятий можно выделить наиболее рациональные для применения как для управления сферой услуг региона в целом, так и для предприятий сервиса, среди которых большое число малых форм.

Для предприятий сферы услуг и сервиса можно рекомендовать процессный и маркетинговый подходы к инновационному менеджменту. Процессный подход рассматривает функции управления как взаимосвязанные действия по стратегическому маркетингу, планированию, организации процессов, учету и контролю, мотивации, координации [4].

Таким образом, в целях повышения конкурентоспособности предприятий сферы услуг необходимо применять инновационный менеджмент, что позволит завоевать новые рынки сбыта услуг, привлечение новых потребителей за счет использования эффективных средств, предметов труда, методов и инструментов управления, обеспечить более устойчивое функционирование предприятия в долгосрочном периоде развития. Организация инновационной деятельности предприятий, представляющих сферу услуг, должна

обеспечивать: во-первых, достижение общего видения предложения услуг на потребительском рынке; во-вторых, определение стратегических приоритетов в преобразовании данной сферы; в-третьих, разработку стратегии деятельности предприятий в длительной перспективе; в-четвертых, создание системы коммуникаций, ориентированной на реализацию услуг; в-пятых, формирование инновационного персонала с определением зон ответственности за результаты работы; в-шестых, внедрение системного контроллинга процессов развития услуг на потребительском рынке.

Список используемых источников

1. Econ Rating [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.econrating.ru/coerats-1420-1.html. – Дата доступа: 20.10.2019.
2. Учебный материал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://works.doklad.ru/view/rOJXSvLdliA.html. – Дата доступа: 20.10.2019.
3. Allbest [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://knowledge.allbest.ru/management/2c0a65635a3ac68b5c53b88521216d27_0.html. – Дата доступа: 20.10.2019.
4. Моя библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mybiblioteka.su/tom2/1-102300.html. – Дата доступа: 20.10.2019.

УДК: 336.264.25(067)

Усанов А., доцент БФА
Джалилов Р.Х., независимый соискатель
Ташкентский государственный экономический университет

РОЛЬ КАМЕРАЛЬНОГО КОНТРОЛЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

В стратегии действий развития Республики Узбекистан на 2017-2021 годы определено продолжение политики снижения налогового бремени и упрощения системы налогообложения, совершенствование налогового администрирования и расширение соответствующих стимулирующих мер по третьему приоритетному направлению развития и либерализации экономики [1].

В целях обеспечения исполнения данных задач в республике и внедрения современных методов налогового администрирования, повышения эффективности налоговых и других обязательных платежей широкое внедрение методов анализа в процесс налогового

администрирования посредством современных информационно-коммуникационных технологий; достижение предоставления налогоплательщикам электронных услуг без прямого полного диалога; обеспечение налогоплательщикам возможности электронного доступа ко всем государственным услугам органов государственной налоговой службы.; определены такие важные задачи, как полное обеспечение субъектов предпринимательства электронной цифровой подписью; кардинальное совершенствование методологии и порядка организации налогового администрирования и контроля [2].

Также была определена задача по коренному совершенствованию порядка и методологии организации налогового администрирования и контроля в соответствии с требованиями передовых международных стандартов [3].

В частности, в постановлении Президента Республики Узбекистан от 26 июня 2018 года № ПП-3802 “О мерах по коренному совершенствованию деятельности органов государственной налоговой службы”особо отмечалось отсутствие действенных программных продуктов, обеспечивающих сбор внешних источников для осуществления камерального контроля.

Наиболее распространенной формой контроля, широко используемой в налоговой практике развитых стран, является камеральный контроль, который осуществляется посредством компьютерных технологий на основе баз данных налогоплательщиков.

Понятие "камеральный" происходит в разных источниках в разных значениях. В частности, слово камеральный происходит от латинского слова, что означает в домашних условиях. Из этого видно, что камеральный контроль проводится не только на изучаемом объекте, но и в офисе налогового органа, сегодня с использованием информационных технологий.

Надежная база данных осуществляется только налоговыми органами путем формирования базы данных в электронном виде на основе ведения учета по каждому объекту, базе и плательщикам налогов, а также по всем уплачиваемым ими налогам. Все это создает необходимость проведения научно-исследовательских работ по вопросам анализа финансовой и налоговой отчетности, в результате чего разрабатываются научно обоснованные предложения и рекомендации.

Впервые в мире электронная отчетность была введена в 1986 году в Соединенных Штатах по каналам связи, в 1998 году в электронной форме она составляла 500 000 единиц, в 1999 году она составляла 2 500 000 единиц. Подача отчетности в электронном виде стала популярной среди стран мира, из них Канада, Германия, Великобритания,

Австралия и остальные страны начали развиваться [4].

Мы можем видеть, что во Франции, которая считается одной из развитых стран мира, налоговый контроль достиг нескольких успехов, особенно в осуществлении камерального контроля. При осуществлении камерального контроля в налоговой системе Франции большое внимание уделяется осуществлению камерального контроля в системе на основе внешних данных.

Когда мы рассматриваем опыт Российской Федерации на примере зарубежного опыта камерального контроля, проведение камерального контроля в органах Федеральной налоговой службы России включает в себя отчеты о декларациях, представленные налогоплательщиками и имеющиеся в федеральном органе налоговой службы на основании данных [5].

Основная цель проведения камерального контроля:

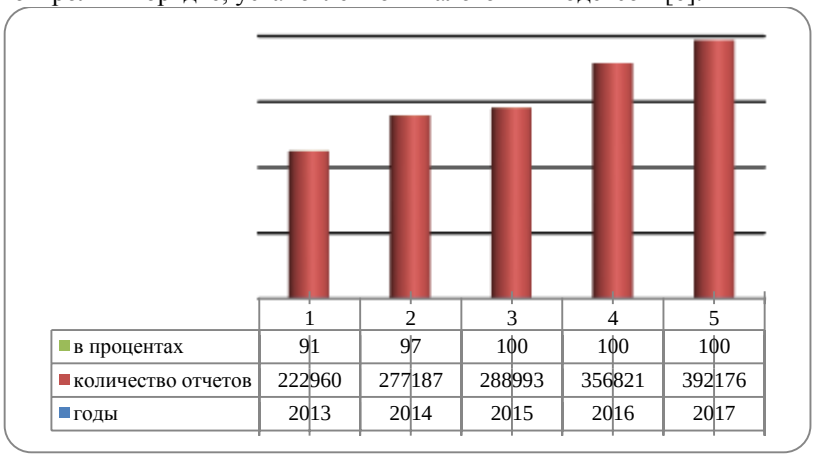
- установление контроля за соблюдением налогоплательщиками налогового законодательства;
- взыскание налогов, оставшихся без уплаты, во избежание нарушения налогового законодательства;
- наказать в установленном порядке налогоплательщиков, нарушивших налоговое законодательство;
- подготовка к налоговой проверке, собрав отличную информацию для проведения качественных налоговых проверок.

В соответствии со статьей 70 Налогового кодекса в новой редакции, внедренной в практику организации камерального контроля в республике, проводится камеральный контроль, в котором на основе изучения и анализа финансовой и налоговой отчетности, представленной налогоплательщиком в установленном порядке, а также других имеющихся в органе государственной налоговой службы документов (сведений) о деятельности налогоплательщика, не выезжая к налогоплательщику.

База данных внешних источников формируется в соответствии со статьей 7 Закона ”О государственной налоговой службе" на основании данных, полученных от соответствующих органов и организаций, в соответствии со статьей 84 Налогового кодекса, и на основании данных, представляемых органами и организациями, представляющими сведения о возникновении обязательств налогоплательщиков, предусмотренных постановлением Президента Республики Узбекистан от 30 октября 2012 года № ПП-1843.

При проведении камерального контроля будет изучено полное представление налогоплательщиками всей финансовой и налоговой отчетности, подлежащей передаче органам государственной налоговой службы.

По программному продукту "безопасность-анализ и камеральный контроль" на основе установленных критериев результаты риска налоговых правонарушений подразделяются на категории налогоплательщиков с высоким, средним и низким уровнем. Через личный кабинет субъектов предпринимательства, перечисленных в перечне, сформированном из программного продукта, орган государственной налоговой службы уведомляет субъекта предпринимательства о высокой или средней степени риска совершения налогового правонарушения и проводит камеральный контроль в порядке, установленном Налоговым кодексом [6].



	1	2	3	4	5
в процентах	91	97	100	100	100
количество отчетов	222960	277187	288993	356821	392176
годы	2013	2014	2015	2016	2017

Рисунок 1. Годовое представление налоговой отчетности. (Данные ГНК, 2019)

При рассмотрении данных, сформированных из модуля “отчеты” программы автоматизированного камерального контроля в органах государственной налоговой службы, через рис.1, мы можем свидетельствовать о том, что из года в год происходит улучшение представления налоговой отчетности.

Камеральный контроль не проводится в тех субъектах предпринимательства, которые имеют низкий риск совершения налоговых правонарушений государственными налоговыми службами. Органы прокуратуры не обращаются в органы государственной налоговой службы о проведении проверок налогоплательщиков, которые имеют низкий риск совершения налоговых правонарушений органами государственной налоговой службы.

В целях неуплаты налогов предприятиями, не соответствующими критериям упрощенной системы налогообложения, упрощенная система налогообложения учитывает случаи, при которых начисляется

единый налоговый платеж, а также среднегодовая сумма численности работников и валовая выручка за налоговый период составляет 1 млрд. сум с начала месяца, следующего за месяцем, в котором плательщики единого налогового платежа превысили установленную предельную сумму, будут осуществлять камеральный контроль за переходом на уплату общеустановленных налогов.

Кроме того, выявляются случаи, когда текущие платежи по налогам не начисляются или не начисляются предприятиями меньше, чем 90% от суммы налога, исчисленного в налоговой отчетности, представленной суммой налога, исчисленного в справке аванса.

Анализируя проведенный в течение 4-го квартала 2018 года камеральный контроль на основе данных внутренних и внешних источников, по республике количество предприятий, представивших отчёт, составляет 319903, по плану количество предприятий, подлежащих камеральному контролю-203420, количество предприятий, в которых проведен камеральный контроль-127944, или 62,9 процента.

Таблица 1

Анализ результатов камерального контроля по республике за 2019 год по сравнению с 2018 годом

В результате камерального контроля, проведенного по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, выявлен недостаток		Сумма, на которую направлена заявка по налогам и другим обязательным платежам за соответствующий период прошлого года		Сумма предоставленных перерасчетов за соответствующий период прошлого года		Масса внешнего источника (в процентах)		Разница по сравнению с аналогичным периодом прошлого года
Коли-чество	Процент	Сумма (млрд.сум)	Про-цент	Сумма (млрд.сум)	Про-цент	2018 год	2019 год	Процент
-11 325	72,7	72,5	130,6	106,0	170,7	78,6	67,6	-10,9

Источник: анализ автора на основе данных Государственного налогового комитета

В то время как внешние исходные данные, сформированные в органах государственной налоговой службы, также имеют гораздо более низкий уровень обработки с целью налогообложения. Как видно из таблицы 1, в результате камерального контроля, проведенного по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, количество

выявленных нарушений уменьшилось на 11325 единиц, а масса внешних источников уменьшилась на 10,9 процента.

Необходимо совершенствовать проведение камерального контроля посредством электронных счёт-фактур. Причина в том, что плательщики налога на добавленную стоимость увеличиваются, то есть до 1 января 2019 года около 7000 плательщиков налога на добавленную стоимость зарегистрированы в органах государственной налоговой службы, на сегодняшний день достигло почти 35000.

Это, в свою очередь, приводит к необходимости внесения изменений в состав предприятий и организаций, предоставляющих внешнюю исходную информацию, а также такую информацию. Объем реализации составил 1,0 млрд. сум, превышающие 100,0 млн. сум индивидуальные предприниматели, превышающие сумму, должны платить ЕНП в размере 4 процентов, что является важным усовершенствованием процесса проведения камерального контроля индивидуальных предпринимателей.

Таблица 2

По республике объем производства хозяйствующих субъектов составил 1,0 млрд. сум и 100,0 млн. сум анализ оборотных средств, осуществленный более чем на сумму, млрд. сум, (1 квартал 2019 года)

1,0 млрд. долл. сумма превышения субъекта		из этого:				ИП превышающие сумму 100,0 млн.сум		из этого:	ИП превышающие сумму 1,0 млрд.сум		из этого:	
количество	сумма	Количество платежей НДС		Количество неплатежей НДС	из этого: Уведомление об уплате НДС	количество	сумма	ЕНП не оплатил Количество	Количество	сумма	Уведомление об уплате НДС	из этого: Уведомление об уплате НДС
		количество	сумма									
1336	14697	482	707,4	836	238	661	162,8	661	15	26,8	15	12

Источник: анализ автора на основе данных ГНК и коммерческих банков

Кроме того, согласно Таблице 2, товарооборот за 1 квартал 2019 года составил 1,0 млрд. сум количество хозяйствующих субъектов, не осуществляющих уплату налога на добавленную стоимость, составило 1336 единиц, из них количество хозяйствующих субъектов, не осуществляющих уплату налога на добавленную стоимость составило 836 единиц, или 62,5 процента, товарооборот составил 100,0 млн. сум. 661 индивидуальных предпринимателей с суммой свыше 1,0 млрд.

сумов, что на 10% больше, чем за аналогичный период прошлого года. 15 индивидуальных предпринимателей с суммой выше 1,0 млрд. сум не осуществляли уплату налога на добавленную стоимость.

Исходя из результатов вышеизложенного анализа, мы рекомендуем следующие предложения:

1.Общее положение не в полной мере качественно формируется ,база данных внешнего источника, формируемая на основе данных, представляемых на уровне ГНИ. В частности, крайне некачественно представлено соответствующими ведомствами информации по налоговым обязательствам юридических и физических лиц негативно влияет на полноту и качество формирования базы данных внешних источников.

2. В целях обеспечения полноты и своевременности формирования базы данных внешнего источника необходимо сбалансировать ответственность и повысить ответственность руководителей предприятий и организаций, предоставляющих данные, перед налоговыми агентами, организовать механизм принятия критических мер в отношении организаций, представляющих ошибки, представляющих сведения в полном объеме или в целом.

3. В соответствии со статьей 84 Налогового кодекса, в целях повышения ответственности органов и организаций, представляющих сведения о возникновении обязательств налогоплательщиков, меры ответственности за неисполнение или ненадлежащее исполнение ими обязанностей должны быть предусмотрены Налоговым кодексом и приравнены к правовому эффекту, возникающему при усилении этих санкций, то есть при неуплате или несвоевременной уплате налогов налогоплательщиком.

4.В целях эффективного осуществления камерального контроля по современным информационным технологиям, своевременного и полного налогообложения доходов и направления их в бюджет предлагается формирование электронных счёт-фактур в единой базе, создаваемой в онлайн-режиме в ГНК, и внедрение прямого направления всех хозяйствующих субъектов по каждой операции через сети интернет.

5. При проведении камерального контроля деятельности субъектов предпринимательства важным является формирование и расширение базы данных внешних источников. При полном формировании данных внешнего источника при проведении камерального контроля деятельности субъектов предпринимательства эффективность камерального контроля также будет высокой. А через это получается, что субъекты предпринимательства получают нарушения в налоговой сфере.

6. В программу анализа рисков включены списки заявок,

направленных на каждого субъекта предпринимательства, а также 1 млрд. сумов на улучшение возможности онлайн-просмотра денежных переводов с превышением суммы в программе камерального контроля.

7. Наладить систему отдельной базы данных в программе камерального контроля данных юридических и физических лиц, исходя из передового зарубежного опыта, поступающих из внешних ведомств по продаже и приобретению имущества.

В результате внедрения в практику вышеизложенных предложений объем внешних исходных данных субъектов предпринимательства в организациях здравоохранения будет расширяться, что позволит повысить эффективность более полного камерального контроля и камерального контроля за деятельностью субъектов предпринимательства. Прежде всего, необходимо сформировать электронную базу данных по каждому налогоплательщику, объекту налогообложения, налоговой базе. Для формирования данной базы необходимо использовать имеющиеся в налоговых органах сведения, финансовую и налоговую отчетность и декларации налогоплательщиков, а также внешние данные.

Литературы

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 7 февраля 2017 года № УП-4947 “О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан”.

2.Указ Президента Республики Узбекистан от 18 июля 2017 года № УП-5116 «О мерах по коренному совершенствованию налогового администрирования, повышению собираемости налогов и других обязательных платежей».

3. Указ Президента Республики Узбекистан от 22 января 2018 года № УП- 5308 «О государственной программе по реализации стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017-2021 годах в «Год поддержки активного предпринимательства, инновационных идей и технологий».

4. Попова Л.В., Дрожжина И.А., Маслов Б.Г. (2011), Налоговые системы зарубежных стран : учеб. – метод. Пособие / – 2-е изд., перераб. Идоп. – М. : Дело и Сервис, – 432 с.

5. www.nalog. ru.

6.Усанов А., Жалилов Р. Пути совершенствования налогового мониторинга в условиях мирового финансово-экономичуского кризиса. М.: Экономика и финансы. 2010 №4 (172).

7.Эргашев Р.Х.,Шодиев Б. Http://znau.edu.ua/images/images-news/2018/

УДК 658

Шабатура Т.С., к.е.н., доц.
Тітієвський М.В., Касир Т., магістранти
Одеський державний аграрний університет

ПИТАННЯ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ОБЛІКОВОЇ ПОЛІТИКИ

В умовах Європейської економічної інтеграції України поступово відбувається процес адаптації національної системи бухгалтерського обліку до міжнародних стандартів із застосуванням нових інструментів, одним із яких є облікова політика. Формування на підприємстві облікової політики є дуже відповідальним завданням, яке полягає не тільки у застосуванні принципів ведення бухгалтерського обліку, складання і подання фінансової звітності, а й у виборі методів та процедур опрацювання облікової інформації [1]. Можна сказати, що бухгалтерський облік на підприємстві починається з розробки облікової політики, від якої напряму залежить ефективність фінансово-господарської діяльності суб'єктів господарювання та раціональна організація бухгалтерського обліку.

Отже, основним документом підприємства, який визначає порядок ведення бухгалтерського обліку при відображені господарських операцій, є облікова політика. Головне призначення облікової політики – це документально закріпити способи ведення бухгалтерського обліку, які застосовуються підприємством.

Термін «облікова політика» з'явився на території України, перш за все, у зв'язку із зміною системи бухгалтерського обліку та проведення реформ відповідно до міжнародних стандартів. Більш широко та офіційно почав вживатися з моменту прийняття Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність», згідно якого облікова політика - сукупність принципів, методів і процедур, що використовуються підприємством для складання та подання фінансової звітності [1].

За Міжнародним стандартом бухгалтерського обліку 8 «Облікові політики, зміни в облікових оцінках та помилки» облікова політика – конкретні принципи, основи, домовленості, правила та практика, застосовані суб'єктом господарювання при складанні та поданні фінансових звітів [7].

Отже, можемо сказати, що облікова політика – це методи, способи та принципи ведення бухгалтерського обліку на підприємстві, на основі яких здійснюється фінансово – господарська діяльність суб'єкта господарювання на основі діючого законодавства.

Облікова політика відображається в Наказі по підприємству або Положенні «До наказу про облікову політику» до додаються додатки: робочий план рахунків, графік документообігу, посадові інструкції, склад апарату бухгалтерії, склад апарату внутрішнього контролю та інші.

Основними задачами облікової політики сільськогосподарського підприємства є формування набору чітких інструкцій, положень та методів, які дозволять упорядкувати, регламентувати основні ділянки обліку, створити єдину схему документообігу, систему оцінки активів підприємства, сформувати звітність. Ці задачі вирішуються шляхом застосування різних способів ведення бухгалтерського обліку, до яких відносяться: способи групування та оцінки фактів господарської діяльності, погашення вартості активів, організації документообігу, інвентаризації, застосування рахунків бухгалтерського обліку, системи регістрів бухгалтерського обліку, обробки інформації.

1. Методичний: методи оцінки вибуття запасів; періодичність визначення середньозваженої собівартості одиниці запасів; порядок обліку і розподілу транспортно-заготівельних витрат, методи амортизації основних засобів, інших необоротних матеріальних активів, нематеріальних активів, а також довгострокових біологічних активів та інвестиційної нерухомості, у разі якщо вони обліковуються за первісною вартістю; перелік і склад статей калькулювання виробничої собівартості продукції (робіт, послуг).

2. Технічний: затвердження робочого плану рахунків; зазначення форми обліку; графік документообігу; план проведення інвентаризації; склад фінансової, податкової, статистичної та оперативної звітності; система внутрішньогосподарського обліку та контролю.

3. Організаційний: організаційна форма бухгалтерської служби; рівень централізації обліку; структура бухгалтерської служби; функціональні обов’язки працівників бухгалтерії; технологія обробки облікової інформації [2].

Складність ведення бухгалтерського обліку в сільському господарстві полягає в тому, що в сільському господарстві велика кількість виробництв, облік в яких повинен вестись окремо (тваринництво, рослинництво, промислові виробництва, допоміжні виробництва і т.д.).

Особливим елементом облікової політики сільськогосподарських підприємств є біологічні активи. Згідно П(С)БО 30 «Біологічні активи» біологічні активи - тварина або рослина, яка в процесі біологічних перетворень здатна давати сільськогосподарську продукцію та/або додаткові біологічні активи, а також приносити в інший спосіб

економічні вигоди.

З метою уникнення невизначеностей та суперечностей стосовно побудови та висвітлення основних положень облікової політики, що можуть виникнути у майбутньому, Міністерством фінансів України було видано Лист № 31-34000-10-5/27793 від 21.12.2005 р. «Про облікову політику» у якому визначено, що встановлення облікової політики належить до компетенції власника (власників) підприємства, органу, уповноваженого управляти державним майном та корпоративними правами держави [2].

При визначенні, якою буде облікова політика необхідно використовувати графіки документообігу, посадові інструкції, плани щодо організації бухгалтерського обліку [3], установчі документи, в яких зазначені основні засади побудови та організації господарської діяльності підприємства.

На нашу думку, під час формування облікової політики підприємство має враховувати:

- форму власності та організаційно - правовий статус підприємства, адже відповідно до розмірів та структури організації підприємства керівництво обирає форму організації бухгалтерського обліку;
- систему оподаткування (податкове законодавство впливає на принципи та методологію ведення обліку на підприємстві);
- внутрішні фактори, такі як фінансовий та господарський розвиток підприємства, які здійснюють вагомий вплив на облікову політику підприємства (дані фактори поєднують в собі виробничий потенціал та розвиток підприємства у майбутньому, стратегічні підходи до розвитку підприємства, наявність інвестиційних джерел, виробничі фонди та основні засади, які враховуються при формуванні облікової політики);
- технічне оснащення управління (рівень автоматизації значною мірою впливає на форму ведення бухгалтерського обліку, адже при автоматизації бухгалтерського апарату скорочуються витрати часу на здійснення облікового процесу);
- кваліфікаційний рівень працівників підприємства (від рівня освіченості працівників, чисельності, професіоналізму кваліфікованих кадрів залежить робота підприємства);
- розміри діяльності підприємства (формування облікової політики повинно враховувати показники діяльності підприємства, організацію структуру підприємства).

Тобто, враховуючи вище наведені фактори, можливо сформулювати облікову політику з уникненням помилок у фінансовій звітності, особливо якщо підприємство складається з відокремлених підрозділів чи має філії.

Варто також зауважити, що на сьогодні виникає багато питань безпосередньо при розробці та реалізації облікової політики, які певним чином стосуються нормативної бази, а саме: її обмеженістю, адже існуюче бухгалтерське та податкове законодавство визначає лише основні принципи, методи, прийоми бухгалтерського обліку, але інформація є вичерпною та вузько направленою, що призводить до виникнення великої кількості питань, які не можливо вирішити лише за допомогою облікової політики.

В існуючій нормативній базі немає рекомендацій щодо відображення в обліку і звітності окремих господарських ситуацій і, в результаті чого, більшість рішень, які приймаються на підприємстві, не мають об'єктивного підґрунтя, адже далеко не всі питання можуть вирішуватися на основі облікової політики [4].

Отже, облікова політика підприємства включає в себе сукупність способів, методів та принципів ведення бухгалтерського обліку, а саме спостереження, аналіз та вартісний вимір фінансової та господарської діяльності підприємства. При формуванні облікової політики виникає багато питань щодо технічного потенціалу, організаційних та кадрових можливостей підприємства. На сьогодні більшість власників підприємств відносяться легковажно до процессу формування облікової політики, в результаті чого це негативно відображається на обліковому процесі господарюючого суб'єкта та визначенні фінансових результатів.

Список літератури:

1 Петраков Я.В. Еволюція парадигми використання неподаткових бюджетних доходів як інструменту мобілізації фінансових ресурсів до державного бюджету. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету: зб*. Чернігів: ЧДТУ, 2010. №43. С.209-217. (Серія: Економічні науки).

2 «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» Закону України від 16.07.99 р. № 996. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14. Дата звернення (11.12.2018).

3 Радченко О.Д Складові облікової політики сільськогосподарських підприємств. *Економіка АПК*. 2008. №10. С.73-77.

4 Сирцева С.В. Методичні аспекти формування облікової політики на сільськогосподарських підприємствах. *Економічні науки. Серія: Облік і фінанси.* 2014. Вип. 11(2). С.334-341.

УДК 339.1

Шадріна Д.В., магістрант
Науковий керівник: Безугла Л.С., к.н.держ.упр.,
доцент, доцент кафедри маркетингу
Дніпровський державний аграрно-економічний університет

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Маркетингове планування пов'язане із загально-фірмовим плануванням, у процесі якого визначаються цілі діяльності, необхідні для їх досягнення засоби, а також розробляються найефективніші в конкретних умовах методи дій. При цьому маркетингова концепція передбачає необхідність створення і дотримування в динаміці управління відповідності між цілями підприємства та його потенційними можливостями у процесі ринкової діяльності [1].

Існують різні погляди щодо визначення поняття маркетингового стратегічного планування.

Зокрема, Покропивний С.Ф. вважає, що це управлінський процес створення та підтримування відповідності між цілями підприємства, його потенційними можливостями та шансами у сфері маркетингу [2].

Шершньова З.Є. пропонує розглядати дане поняття як процес створення й практичної реалізації генеральної програми дій підприємства [3].

Н. Куденко розуміє маркетингове стратегічне планування як процес формування маркетингової стратегії відповідно до певного стратегічного рівня підприємства, в якому висхідним етапом є маркетинговий стратегічний аналіз, а центральним, базовим етапом – формулювання маркетингової стратегії [1].

Узагальнюючи дані визначення, ми вважаємо за доцільне запропонувати трактування поняття маркетингового стратегічного планування як процесу розробки специфічних стратегій, що сприяють досягненню цілей підприємства на основі підтримки стратегічної відповідності між ними та потенційними можливостями й шансами підприємства в сфері маркетингу.

Мета стратегічного маркетингового планування – визначення найбільш перспективних напрямів маркетингової діяльності організації через ефективне використання її наявних ресурсів для забезпечення зростання та процвітання організації. Інакше кажучи, даний вид планування спрямовано на адаптацію діяльності підприємства до умов зовнішнього середовища, що постійно змінюються, та на отримання вигоди від нових можливостей. Крім того, маркетингове стратегічне

планування має ефективно поєднувати виробництво, задоволення потреб споживачів, прибуток та розвиток підприємства [3].

Сенс і особливості маркетингового стратегічного планування полягають в наступному:

- підтримувати цілеспрямований і спрямований у майбутнє спосіб мислення і вчинків;
- координувати рішення і дії в області маркетингу;
- стримувати прагнення до максимізації поточного прибутку всупереч вирішенню довгострокових завдань;
- орієнтувати здебільшого на передбачення майбутніх змін зовнішнього середовища, ніж на реагування відносно змін, що вже відбулися;
- дозволяти керівництву підприємства встановлювати обґрунтовані пріоритети розподілу завжди відносно обмежених ресурсів, намічати конкретні цілі та мобілізувати всі свої ресурси для їх досягнення;
- інформувати співробітників про цілі й необхідні ресурси, що є передумовою конструктивної критики;
- мотивує співробітників, якщо від досягнення цілей підприємства залежить досягнення їхніх особистих цілей (кар'єра, зарплата, престиж);
- створювати передумови для оцінки та контролю результатів [2].

Процес маркетингового стратегічного планування може відбуватися на двох або трьох рівнях залежно від того, в одній чи декількох сферах діяльності присутня компанія; один чи декілька товарів виготовляє; а саме: корпоративний, бізнес-рівень, рівень товару.

На корпоративному рівні стратегічне планування бере участь у розробленні місії підприємства, стратегічному аудиті, SWOT-аналізі, портфельному аналізі.

На бізнес-рівні за допомогою стратегічного планування здійснюється аналіз портфелю та визначається бізнес-місія для окремих стратегічних господарських підрозділів, досліджуються ринкові позиції цих підрозділів та визначаються стратегічні напрями їх розвитку.

На рівні товару маркетингове стратегічне планування встановлює маркетингову мету та визначає шляхи досягнення цієї мети щодо певних видів товарів фірми.

Список використаної літератури:

1. Мак-Дональд М. Стратегическое планирование маркетинга. Санкт-Петербург : Питер, 2000. 276 с.

2. Покропивний С.Ф., Стратегія, організація, ефективність : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 2008. 233 с.

3. Шершньова З.Є. Стратегічне управління : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 1999. 384 с.

СЕКЦІЯ 4

Моделювання та прогнозування економічних процесів розвитку підприємництва в умовах глобалізації

UDC:634.1.8: 334.

Akbarov Husan Uzbekhonovich
Researcher of *Tashkent State University of Economics, Tashkent City, Republic of Uzbekistan*

ECONOMETRIC ANALYSIS FOR INCREASING ECONOMIC EFFICIENCY IN FRUIT PRODUCTION

Samarkand region is one of the leaders in producing and processing of fruits and berriesas Ferghana, Tashkent and Andijan regions of the Republic. 39,600 ha or 14.6% of the total area of the country's gardens falls on the region (2017). According to the official statistics of Samarkand region in 2018, land area of fruits and berries in the region is 37,204.3 ha. The areas of Bulungur (orchards - 5,249.8 ha), Jomboy (4428.7 ha), Samarkand (4007.9 ha), Urgut (2407.8 ha) and Tailak (1691.6 ha) specialize in the production of fruits and vegetables. The study shows that Nurabad (4838.6 ha), Pastdargom (3685.7 ha), Akdarya (2455.5 ha) and Ishtikhan (1361 ha) districts are good in horticulture.

The economic efficiency of horticulture is related with the yield of horticultural crops, output per unit, quality and price, the geographical location of horticulture, favorable economic and environmental conditions, as well as the area of orchards in specialized farms, specialization of production processes and industry.

Nowadays, horticulture is one of the priority sectors of the agro-industrial complex of the Samarkand region. Here, favorable climatic conditions, sufficient labor resources, as well as the experience and traditions of the local population for the production of competitive products. Many regions have unique soil and climatic conditions for industrial horticulture.

The prospective effectiveness of regional horticulture is largely determined by the development of the fruit processing industry in accordance with the requirements of a market economy.

It is requiredincreasing soil fertility, increasing orchard yields, and producing high-quality, competitive, and high-quality products for intensive development of fruit production in the country.

Therefore, the Action Strategy of the Republic of Uzbekistan says: "... reduce the area under cotton and grain crops, plant potatoes, vegetables, fodder and oilseeds in wastelands and place new intensive orchards and vineyards ..." It’s no coincidence that work was identified as important strategic objectives in the future[1].

Based on the foregoing, the development of scientific recommendations for the production of export-oriented products along with satisfying the demand of the population for food and industry for raw materials is one of

the urgent tasks in our time.

The study area is fruit and vegetable farms of Samarkand region. The subject of the study is effeciently use of the methodology for modeling factors that contribute to profitability in specialized farms and production processes. The study uses methods of economic, comparative and statistical analysis, as well as econometric modeling methods.

In the condition of determining the parameters of future economic development, it is important to determine the impact of factor indicators of a particular sector on the final indicators [6].

The goal of multivariate correlation and regression analysis is to create a multivariate econometric model, determine influencing of each considered factors, as well as determining their overall dependence on the results and predict efficiency based on the developed econometric model.

This process includes following steps:

• selection of factors in multivariate regression;

• creating multidimensional regression equation;

•determining of paired correlation coefficients, elasticity coefficients and multidimensional correlation and regression coefficients;

• assessment of the statistical reliability of the constructed model;

• to make a prediction using the multivariate regression equation.

In the research, the factors that impact on profit per hectare of garden area (million UZS) such as average yield per hectare of garden (t / ha); expenses per hectare of gardens (million soums); amount of fertilizer (centner) per 1 ha of garden area; labor costs per 1 ha of sown area (man-days); agricultural land (ha) was investigated.

The general view of the econometric model of the problem under consideration is as follows:

$Y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + a_3x_3 + a_4x_4 + a_5x_5$ (1)

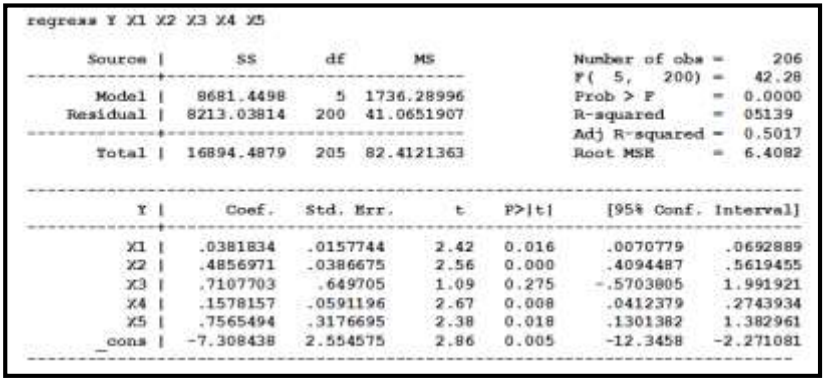
Where;

- Average productivity per ha, kg / ha (x_1);
- Average costs per ha, mln. UZS(x_2);
- The amount of fertilizer consumed per ha, (x_3);
- Labor cost per person per day- (x_4);
- Land area per farm, (x_5);

The total area of gardens in Akdarya district for all categories of farms in 2018 was 2145.5 hectares. 1,200 farms operate in Akdarya district in 2018. The total area of these farms is 25,550 hectares, of which 19,469 hectares, or 76.2%, are arable land. 437 farms are engaged in horticulture and 44 farms are viticulture farms in the district. The total area under horticultural farms in the district is 1820, and in viticulture farms - 155 hectares. The area of

horticultural farms is 1240 hectares, vineyard area is 133 hectares [3]. 2,8 ha land area has per horticulture farm and and 0.14 hectares in viticulture farms.

The issue was resolved using the STATA software. In the process of solving this issue, 206 fruit producing farms in Akdarya district were selected.



```
regress Y X1 X2 X3 X4 X5

      Source |       SS       df       MS              Number of obs =     206
-------------+------------------------------           F(  5,   200) =   42.28
       Model |  8681.4498     5  1736.28996             Prob > F      =  0.0000
    Residual |  8213.03814   200  41.0651907            R-squared     =  05139
-------------+------------------------------           Adj R-squared =  0.5017
       Total |  16894.4879   205  82.4121363           Root MSE      =  6.4082

------------------------------------------------------------------------------
           Y |      Coef.   Std. Err.      t    P>|t|     [95% Conf. Interval]
-------------+----------------------------------------------------------------
          X1 |   .0381834   .0157744     2.42   0.016     .0070779    .0692889
          X2 |   .4856971   .0386675     2.56   0.000     .4094487    .5619455
          X3 |   .7107703    .649705     1.09   0.275    -.5703805    1.991921
          X4 |   .1578157   .0591196     2.67   0.008     .0412379    .2743934
          X5 |   .7565494   .3176695     2.38   0.018     .1301382    1.382961
       _cons |  -7.308438   2.554575    -2.86   0.005    -12.3458    -2.271081
------------------------------------------------------------------------------
```

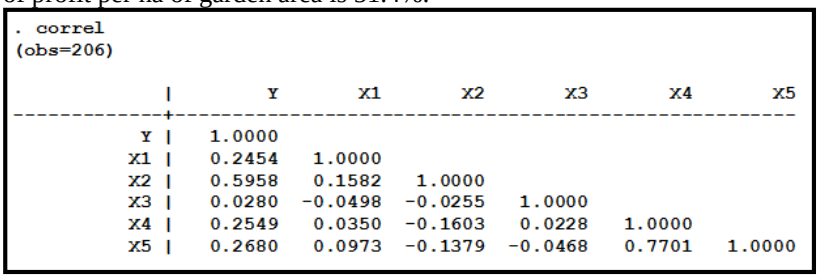
Figure 1. View of the problem solved in the STATA (regression) program

According to the results (fig.1), we obtain the following regression equation.

$$\hat{y} = -7{,}31 + 0{,}38x_1 + 0{,}49x_2 + 0{,}71x_3 + 0{,}16x_4 + 0{,}76x_5 \quad (2)$$

The multivariate correlation coefficient was R = 0.7168. This coefficient indicates that there is a strong correlation between the factors affecting the profit per ha of garden area.

The determination coefficient is R ^ 2 = 0.5139 (Figure 1). This coefficient indicates that the impact of the considered factors on the amount of profit per ha of garden area is 51.4%.



```
. correl
(obs=206)

             |        Y       X1       X2       X3       X4       X5
-------------+------------------------------------------------------
           Y |   1.0000
          X1 |   0.2454   1.0000
          X2 |   0.5958   0.1582   1.0000
          X3 |   0.0280  -0.0498  -0.0255   1.0000
          X4 |   0.2549   0.0350  -0.1603   0.0228   1.0000
          X5 |   0.2680   0.0973  -0.1379  -0.0468   0.7701   1.0000
```

Figure 2. View of correlation analysis of the problem solved in the STATA (correl) program

The correlation analysis shows that there is a strong correlation between these factors, since the value of the correlation coefficients of the pair x_4 and

x_5 is greater than 0.7.

When we examined the multicollinearity of factors using the Pearson criterion, $x^2_{real} = 206,85$, which indicates that $x^2_{table} = 173,79$.

In the next step, the statistical significance of the parameters is evaluated to exclude the negligible factors from the econometric model and determine what is needed. We removed the x_3 factor from the model because its parameter value is less than the value of the t-static table. Therefore, the issue was resolved according to the following four factors.

- Average productivity per ha, kg / ha (x_1);
- Average costs per ha, mln. UZS(x_2);
- Labor cost per person per day- (x_4);
- Land area per farm, (x_5);

As a result of solving this issue via STATA, the model looks like this:

$$\widehat{y'} = -6,34 + 0,04x_1 + 0,49x_2 + 0,16x_4 + 0,72x_5 \quad (2)$$

The following results were obtained after the calculation of elasticity coefficients:

$Э_1 = a_1 \cdot \frac{\bar{x_1}}{\bar{y}} = 0,598$, $Э_2 = a_2 \cdot \frac{\bar{x_2}}{\bar{y}} = 0,572$,

$Э_4 = a_4 \cdot \frac{\bar{x_4}}{\bar{y}} = 0,299$, $Э_5 = a_5 \cdot \frac{\bar{x_5}}{\bar{y}} = 0,215$.

Increasing 10% the value of the impact factors, the predicted value of the profit per ha was calculated.

For this, the predicted values of the factors that may exceed 10% of the average are determined, that is

$x_{пр\,1} = 1,1 \cdot \bar{x_1} = 1,1 \cdot 147,7 = 162,47$ (s/ha);

$x_{пр\,2} = 1,1 \cdot \bar{x_2} = 1,1 \cdot 10,93 = 12,02$ (mln./ UZS);

$x_{пр\,4} = 1,1 \cdot \bar{x_4} = 1,1 \cdot 16,99 = 18,69$ (person/day);

$x_{пр\,5} = 1,1 \cdot \bar{x_5} = 1,1 \cdot 2,75 = 3,03$ (ha).

From this we get the following result:

- The yield per ha is 162.47 centners;
- Expenditures per ha are 12.02 million UZS;
- The labor cost per ha is 18.69 people per day;
- Expected profit per ha of land, with average farm size of 3.03 ha

$Y = -6,31 + 0,04 \cdot 162,47 + 0,49 \cdot 12,02 + 0,16 \cdot 18,69 + 0,72 \cdot 3,03 = 10,839$million UZS.

Taking into account the fact that the average profit per ha of 206 fruit-growing enterprises in Akdarya district is UZS $\bar{y} = 9,27$ million, an additional 1.569 million UZS profit per ha will be achieved by increasing the above-mentioned factors by 10%.

References:

1.Decree of the President of the Republic of Uzbekistan (2017): On the Strategy for the Further Development of the Republic of Uzbekistan. 7th February, 2017. National database of legislations Republic of Uzbekistan, www.lex.uz

2. Afanasyev V.N. Statistics: additional chapters to the section "Advanced Forecasting Methodology": Textbook for graduate students. - Orenburg: OGU, 2017 .-- 112 p.

3. The official website of the Samarkand regional statistical office: URL: http://samstat.uz/en/

UDK:331.24.567

Khujakulova N., Doctoral student
Karshi engineering-economic institute,

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ITS IMPACT ON BUSINESS ENTITIES

The idea of CSR is rooted in the developed world such as the USA and Europe, and it arose as the corporations' voluntary response against criticism and societal pressure to avoid liability or bad corporate image from their harmful practices. Whilst there is no universally accepted definition of CSR, it was considered in its infancy as philanthropic activities performed by corporations voluntarily. Nowadays, the perception of CSR has been evolving to current trends that start routing CSR towards the legally binding realm.The importance of corporate social responsibility (CSR) iscontinuously rising all over the world. Multinationalcompanies are now subject to various ethical rules,regulations and restrictions that have been implemented toprotect the environment, their employees and thecommunity that they serve. However, even if no laws andregulations are in place in certain countries, CSR is still acrucial factor for the success of a company, especially whenit comes to those companies operating their business in aglobal economy

If CSR is a source of competitive advantages that could lead companies to increase their organizational effectiveness (higher MV), each firm will need to develop its own CSR strategy, appropriately allocating its resources to deal with its particular issues, which will be conditioned by the industry it belongs to and its particular business environment. Corporate social responsibility (CSR) is widely acknowledged as an imperative practice for organizations, resulting in greater competitive advantage and positive economic outcomes for companies along with. It can be defined as 'a firm's

commitment to maximize long-term economic, societal and environmental well-being through business practices, policies and resources'. The positive impact of CSR practices on organizations and society at large is inexorably linked to the generation of value for the company's stakeholders. However, there is a gap in the literature on this issue and claim that 'greater understanding about how stakeholder value can be created by CSR activities is needed'.Based on these advantages, currently, Uzbekistan also trying to implement CSR at all spheres, especially agriculture as contribution of Uzbekistan's agriculture industry accounts for 17.3 percent of total Gross Domestic Products. As a result of this Uzbekistan's economy is highly dependable on agriculture and implication of CSR creates huge advantage for country's economy[15].

There are four key ideas concerning CSR. First, CSR is a conjoint set of obligations, and legal and ethical commitments. Second, CSR includes ethical behaviours and is related to morals. Third, CSR implies admitting the consequences of company performance on more groups at stake than just shareholders do and that organizational effectiveness goes beyond the classical aim of profit maximization. Fourth, CSR is related to social, labour, environmental, and human rights fields.

Over the decades, the concept of corporate social responsibility (CSR) has continued to grow in importance and significance. It has been the subject of considerable debate, commentary, theory building and research. In spite of the ongoing deliberations as to what it means and what it embraces, it has developed and evolved in both academic as well as practitioner communities worldwide. The idea that business enterprises have some responsibilities to society beyond that of making profits for the shareholders has been around for centuries. Therefore, it is largely a product of the past half century. Today, one cannot pick up a newspaper, magazine or journal without encountering some discussion of the issue, some recent or innovative example of what business is thinking or doing about CSR, or some new conference that is being held. Specific journals, news magazines, books, dictionaries, encyclopaedias, websites, discussion lists and blogs treat the concept on a regular basis. The business community has formed its own organizations specializing in the topic. Business for Social Responsibility (BSR), for example, is a business association founded in 1992 to provide corporations

[15] Ergashev R.X.,Shodiev B. Http://znau.edu.ua/images/images-news/2018/

with expertise on the subject and an opportunity for business executives to advance the field and learn from one another. There has been an explosion of interest in CSR in the European Union and around the world. The London-based Ethical Corporation is another organization that stages high-profile conferences addressing CSR, business ethics and sustainability concerns. Ethical Corporation is an independent media firm, launched in 2001, to encourage debate and discussion on responsible business practices. So, while CSR was once regarded as largely a domestic business issue in leading countries of origin, in recent years its popularity has spread onto the world scene, and we now see CSR initiatives in virtually all the developed nations, and initial thinking and developing taking place in emerging nations as well. The term 'corporate social responsibility' is still in popular use, even though competing, complementary and overlapping concepts such as corporate citizenship, business ethics, stakeholder management and sustainability are all vying to become the most accepted and widespread descriptor of the field. At the same time, the concept of corporate social performance (CSP) has become an established umbrella term, which embraces both the descriptive and normative aspects of the field, as well as placing an emphasis on all that firms are achieving or accomplishing in the realm of social responsibility policies, practices and results.

Ever since the debate over CSR began, supporters and detractors have been articulating the arguments for the idea of CSR and the arguments against the concept of CSR. These arguments have been discussed extensively elsewhere, but a brief recapitulation of them makes sense as we lead up to presenting the 'business case'. Embedded in the arguments both for and against CSR are points, which have been made previously, perhaps on a piecemeal basis, supporting the business case. The case against the concept of CSR typically begins with the classical economic argument articulated most forcefully by the late Milton Friedman. Friedman held that management has one responsibility and that is to maximize the profits of its owners or shareholders. Friedman argued that social issues are not the concern of business people and that these problems should be resolved by the unfettered workings of the free market system. Further, this view holds that, if the free market cannot solve the social problems, it falls not upon business, but upon government and legislation to do the job. A second objection to CSR has been that business is not equipped to handle social activities. This position holds that managers are oriented towards finance and operations and do not have the necessary expertise (social skills), to make socially oriented decisions. A third objection to CSR is that it dilutes businesses' primary purpose.

Over the past half century, many different definitions of what CSR really means have been set out. One recent study identified 37 definitions of CSR,

and this figure underestimates the true number, because many academically derived definitional constructs were not included owing to the methodology for identifying them. Most of the academically derived definitional constructs have been discussed elsewhere, so we will touch upon only a few of them here to illustrate the evolving nature of CSR's meaning. What is particularly noteworthy of recent accounts of CSR definitions is how many of them have been introduced by various practitioner and quasi-practitioner groups. A recent Google search of CSR definitions, for example, revealed that the definitions most often found in articles and web pages have been set out by organizations such as BSR, the Commission of the European Communities and *CSR wire*. There are many different ways to think about what CSR includes and what all it embraces. A recent study found that definitions tended to identify various dimensions that characterized their meaning. Using content analysis, this study identified five dimensions of CSR and used frequency counts via a Google search to calculate the relative usage of each dimension. The study found the following to be the most frequent dimensions of CSR: stakeholder dimension, social dimension, economic dimension, voluntariness dimension and environmental dimension.

Overall, CSR can help to create company's triple bottom line along with competitive advantage. Hence, currently, each company is highly paying attention on application of CSR. CSR helps companies to innovate in order to satisfy its consumers, grab marketopportunity and differentiate themselves from others in an ethical way to become competent.

References:

1.Carroll, A. B., &Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. International

Journal of Management Reviews, 12(1), 85–105.

2.Currás-Pérez, R., Dolz-Dolz, C., Miquel-Romero, M.J. and Sánchez-García, I., 2018. How social, environmental, and economic CSR affects consumer-perceived value: Does perceived consumer effectiveness make a difference?. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 25(5), pp.733-747.

3.Du, S., Bhattacharya, C.B. and Sen, S., 2010. Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication. International journal of management reviews, 12(1), pp.8-19.

4.Friedman, M., 2007. The social responsibility of business is to increase its profits. In Corporate ethics and corporate governance (pp. 173-178). Springer, Berlin, Heidelberg.

5.García-Madariaga, J. and Rodríguez-Rivera, F., 2017. Corporate social responsibility, customer satisfaction, corporate reputation, and firms' market value: Evidence from the automobile industry. Spanish Journal of Marketing-ESIC, 21, pp.39-53.

6.Lee, J.W. and Tan, W.N., 2019. Global Corporate Citizenship: Cross-cultural Comparison of Best Practices in the Global Automotive Industry. The Journal of Asian Finance, Economics and Business (JAFEB), 6(1), pp.261-271.

Ergashev R.X.,Shodiev B. Http://znau.edu.ua/images/images-news/2018/

УДК 339.9:338.486

Montrin I.I., PhD in economics,
assistant professor
Open International University
of Human Development "Ukraine"

THE IMPACT OF GLOBALIZATION ON THE TOURISM BUSINESS

Today, globalization processes have created all the necessary prerequisites for development international tourism. Tourist market services is characterized by high rates growth, new tourism is being developed routes, new types of tourism are emerging, new jobs are being created, infrastructure is being developed, new technologies are being introduced in sphere of tourism.

Tourism is the world's third largest export category after chemicals and fuels, and ahead of automotive products and food. Driven by a relatively strong global economy, a growing middle class in emerging economies, technological advances, new business models, affordable travel costs and visa facilitation, international tourist arrivals grew 5% in 2018 to reach the 1.4 billion mark. This figure was reached two years ahead of UNWTO forecast.

At the same time, export earnings generated by tourism have grown to USD 1.7 trillion. This makes the sector a true global force for economic growth and development, driving the creation of more and better jobs and serving as catalyst for innovation and entrepreneurship. In short, tourism is helping build better lives for millions of individuals and transforming whole communities.

Growth in international tourist arrivals and receipts continues to outpace the world economy and both emerging and advanced economies are benefiting from rising tourism income. For the seventh year in a row, tourism exports grew faster than merchandise exports, reducing trade deficits in many countries.

Globalization and regionalization are components of a unified process of international tourism development, hich makes it uniquely economic a tool capable of shaping production systems of an international nature and retain local significance.

Establishing global alliances is widespread practice in various sectors of the tourism industry. A striking example of the activities of such unions are global computer reservation systems a wide range of travel goods and services - from air travel, rail crossings and the purchase of package tours, car rental, pre-booking a hotel venue or tickets to a football game or concert.

The globalization of tourism has its downside consequences that directly or indirectly affect the development of the tourism industry. It is about environmental problems, disease outbreaks and epidemics around the world and the threat acts of terrorism.

The impact of globalization processes on international tourism in the world is increasing related to the increased contribution of international tourism to the balance of payments, employment support, diversification of the economy, and rational use of recreational resources.

The current trends in the development of international tourism activities are the formation of a global market for tourist services, the intensification of competition and the intensification of transnationalization processes, the creation of strategic alliances and global alliances; liberalization national tourism markets, expansion access of developing countries to international tourism relations.

Development of international tourism in Ukraine and its transformation into a source of significant and stable budget revenues requires the development of an appropriate regulatory legal framework for tourism, an active state policy and concerted actions of all state and local authorities on tourism development, creation of a competitive tourism product, significant improvement of the tourist infrastructure.

1. World Tourism Organization (UNWTO). International Tourism Highlights 2019 Edition // URL: https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152?download=true

2. Ціхановська В.М., Ковальчук С.Я. Тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах посилення глобалізаційних процесів // URL: http://global-national.in.ua/archive/7-2015/20.pdf

3. Бондаренко Л.А. Міжнародний туризм в Україні: проблеми та перспективи подальшого розвитку // URL: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5289

УДК 33 (075)

Абдурахмонова Б.С., ассистент
кафедры менеджмента
Таджикский государственный
университет права, бизнеса и политики

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНА НА ОСНОВЕ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ПРОДОВЛЬСТВЕННОГО КЛАСТЕРА

Аннотация: В статье обоснована необходимость создания продовольственного кластера, в целях повышения конкурентоспособности экономики региона. Выделены условия, характеризующие конкурентную позицию региона. Определена роль государства в процессе формирования продовольственного кластера. Предложены этапы формирования кластеров. Сформулирован пошаговый сценарий формирования и развития продовольственного кластера.

Ключевые слова: конкурентоспособность региона, кластерный подход, участие государства, продовольственный кластер, дорожная карта.

В современной экономике, в условиях глобализации мирового хозяйства и интеграционных процессов, конкурентоспособность является ключевой категорией в оценке экономических позиций страны и отдельных регионов. Ряд авторов отмечают, что конкурентоспособность региона представляет собой, как экономическая категория, отношения взаимодействия системы производительных сил, хозяйственных отношений и формы их взаимодействия в форме синергетического эффекта в рамках определенной территории.

В научных исследованиях, при определении конкурентоспособности региона, основой упор делался на географические признаки или на особенности организации хозяйствования. Вместе с тем, научно- технический прогресс, многообразие форм собственности, новые условия хозяйствования вызывают необходимость более глубокого всестороннего анализа исследуемой категории. Базой, на которой формируется конкурентоспособность региона, является экономический, научно-технический и кадровый потенциал, который под воздействием факторных условий трансформируется в движущуюся силу развития конкурентную позицию региона. Наиболее важными условиями, характеризующими конкурентную позицию региона, является:

- географические положение региона;
- наличие природных ресурсов;
- рациональность размещения производительных сил региона;
- наличие квалифицированного кадрового потенциала;
- развитая материально- техническая рыночная инфраструктура;
- степень развитости межрегиональных и хозяйственных связей;
- научно-технический потенциал и научная информационная база для успешной предпринимательской деятельности;
- стратегия региона на выпуск продукции, пользующейся надежным спросом в стране и за рубежом;
- эффективность существующих схем товародвижения;
- сбалансированность бюджетно-финансовой системы региона;
- наличие высокого внешнеэкономического потенциала;

При наличии вышеперечисленных условий у региона появляется реальная возможность реализации региональных социально-экономических программ, активного участия в межрегиональном разделении труда, выработке эффективной конкурентной политики на внутреннем и внешнем потребительском рынке.

Рассматривая конкуренцию как методологическую основу кластерного подхода, следует отметить, что это не что иное, как соперничество, соревнование индивидуумов, отдельных групп или организаций в достижении сходных целей, лучших результатов в определённой общественно-полезной деятельности. Конкуренция – наиболее существенная черта различных видов экономической деятельности. Наибольшее распространение конкуренция получает после утверждения принципов демократии и рыночной экономики. Так, в общих чертах, воспринимается одна из известных трактовок конкуренции [1,567]

В ходе проведенного анализа условий и факторов создания продовольственного кластера в Согдийской области были выявлены как ключевые факторы успеха, так и проблемные зоны региональной ситуации. В соответствии с полученными результатами автор предлагают использовать такой инструмент как Дорожная карта - пошаговый сценарий развития продовольственного кластера, совмещающий в себе цели и процессы кластеризации (табл.1). Процессы разбиты на процедуры, которые носят конкретный прикладной характер и приводят к определенным результатам, дающим старт новым этапам формирования кластера:

- инициация;
- кластеризация;
- функционирование;
- трансформация.

Таблица 1.

Дорожная карта формирования продовольственного кластера Согдийской области

этапы	Цель	Виды работ	Результат
Инициация	Анализ, планирование и организация работ по инициации продовольственно-го кластера	1.Создание инициативной рабочей группы; -определение возможного числа участников; -по исследованию условий формирования кластера; - анализ институциональной среды. 2.Создание органов управления кластером определение видения, миссии, стратегических целей и задач. 3.Построение модели кластера 4.Разработка критериев эффективности функционирования кластера	1.принятие законных и нормативных актов; 2.Создание органа управления программой
Кластеры	Построение продовольственного кластера	1.Организация обучающих семинаров; 2. Подписание организационного соглашения участников кластера; 3.Создание единой информационной системы.	Создание ядра кластера
Функционирование	Поддержание стабильной деятельности участников ядра кластера, формирование пояса малых предприятий	1. Внедрение новых технологий для производства продукции; 2. Расширение производственных площадей; 3. Приобретение современного оборудования 4. Развитие инфраструктуры кластера 5. Повышение конкурентоспособности отрасли и региона;	Функционирование предприятий ядра кластера и малых предприятий
Трансформация	Сохранение устойчивости и конкурентоспособности предприятий кластера.	Изменение формата деятельности - изменение состава участников; -расширение направлений деятельности и региональных границ; - формирование транс региональной структуры; - выход на новый этап развития	Изменение конфигурации кластера, выход за пределы региона, формирование транс региональных структур

При этом следует отметить, что некоторые направления, такие как, поддержка научных разработок или малого бизнеса, имеют характер прямой мотивации участников кластера, в то время как развитие инфраструктуры кластера относится скорее к инструментам косвенного воздействия. В рамках данных направлений будет происходить конкретизации мотивационных инструментов формирования кластера, среди которых можно выделить следующие виды:

1.инфраструктурные – возможность региональных властей предоставления предприятиям вновь создаваемого кластера земельного участка, обеспеченного точками подключения городских сетей;

2.финансовые – готовность региональных властей финансировать создание кластера;

3.налоговые – наличие возможностей по предоставлению налоговых льгот и каникул;

4.институциональные – создание гражданских институтов общества и формирование положительного общественного мнения по вопросу построения на территории региона продовольственного кластера;

5.организационные - участие государства в образовании органов управления и координации субъектов кластера, а именно управляющих компаний или некоммерческих партнерств, помощь в создании сети консультационных центров;

6. внешнеэкономические – предоставление таможенных льгот на поставку импортного оборудования и технологий.

Следует отметить, что все способы финансовой поддержки участников кластера, безусловно, являются важнейшими мотивационными инструментами поддержания их экономической активности. Региональные власти могут рассмотреть различные варианты предоставляемых налоговых льгот. Это могут быть: налоговые преференции в части учета расходов для целей налога на прибыль; предоставление права ускоренной амортизации основных средств, используемых в научно-технической деятельности; инвестиционный налоговый кредит, являющийся формой отсрочки уплаты налога на прибыль (а также региональных и местных налогов) сроком до пяти лет на условиях возврата предоставленного кредита и начисленных процентов; применение пониженной ставки налога на прибыль; освобождение от налога на имущество, земельного и транспортного налогов.

Дорожная карта создания и развития продовольственного кластера на территории Согдийской области должна строиться с учетом определенных выше этапов (см. таблица 1). Наиболее важным этапом является этап инициации, в ходе которой власти региона определяют

необходимость построения кластера на своей территории, происходит изучение имеющихся в регионе условий формирования кластера, проводится аналитическая и организационная работа.

I этап. Инициация. Целью данного этапа является прогнозирование, планирование и организация работ по инициации кластера. Процесс инициации проходит в несколько стадий. Вначале создается инициативная рабочая группа, которая исследует условия формирования кластера, определяет возможное число его участников и проводит анализ институциональной среды. На следующей стадии необходимо сформировать органы управления кластером – управляющую компанию или координационный совет, и определить видение, миссию, стратегические цели и задачи. Формирование единой стратегии участников кластера может стать довольно сложной процедурой, так как известно, что не у всех современных таджикских предприятий эта стратегия сформирована вообще, а в данном случае существующую стратегию нужно скорректировать в соответствии с общей стратегией развития кластера. Кроме того, определенные сложности предвидятся и в согласовании работы таких разно профильных организаций, как научно – исследовательские учреждения, промышленные предприятия и торговые фирмы.

Построение модели кластера определяет сущность следующей стадии, на которой уточняется состав участников и конфигурация кластера, подразумевающая расположение и взаимную связь элементов – участников кластера. На данной стадии также реализуется синхронизация процессов кластеризации, под которой автор понимает приведение в соответствие систем управления маркетингом, финансами, кадрами, качеством производства продукции, а также технической и технологической областями плану по организации, координации и функционированию кластера, имеющегося у управляющей компании или любой другой координационной структуры.

На последней стадии этапа инициации кластера происходит разработка оценок и критериев эффективности функционирования кластера, которая может включать как общепринятые оценки - доля рынка, инновационность, экспортные поставки, рентабельность, так и специфические - количество участников, международные связи, выпуск конкурентоспособной продукции.

В результате прохождения данной стадии формируются органы управления кластером, и начинается их функционирование на основе разработанного стратегического плана.

II этап. Кластеризация. Целью данного этапа является планирование

и организация работ кластера.

III этап. Функционирование. Цель: поддержание стабильной операционной деятельности участников ядра кластерного проекта, формирование пояса малых предприятий.

Заключительный IV этап – трансформация имеет целью сохранение устойчивости и конкурентоспособности предприятий кластера. Он предусматривает выход за рамки изначально сформированной структуры, изменение состава участников, расширение направлений деятельности и региональных границ, выход на новый этап развития. В результате происходит изменение конфигурации кластера, выход за пределы региона, формирование трансрегиональных структур.

В целом все мероприятия, описанные в дорожной карте формирования продовольственного кластера, стимулируют деловую активность хозяйствующих субъектов.

Залогом успеха данной модели, являются:

- обеспечение отрасли высококвалифицированными кадрами;
- создание слоя малых инновационных предприятий, обеспечивающих трансфер технологий и финансовых ресурсов между наукой и производством;
- развитие производства в соответствии с международными стандартами;
- использование зарубежного научно-технического и производственно-технологического потенциала путем привлечения прямых иностранных инвестиций в производство продовольственных товаров.

Результатом применения эффективного мотивационного инструментария станет формирование продовольственного кластера, в полной мере реализующего свои преимущества, ведущего разработку и производство продукции и успешно конкурирующего с зарубежными производителями, как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

Список использованной литературы:

1. Большой энциклопедический словарь. 2-е изд., перераб и доп. – М. :Большая Российская Энциклопедия, СПБ. : Норинт, 1998

2.Ларионова, Н.А.Кластерный подход в управлении конкурентоспособностью региона[Текст] / Н.А.Ларионова//Экон. вестник Ростов. гос. ун-та. - 2007. №1. Ч.2. – С. 182.

3.Мигранян, А. Теоретические аспекты формирования конкурентоспособных кластеров в странах с переходной экономикой [Электронный ресурс] - Режим доступа: //http://www.prombis.ru/archiv/2002/37/index.shtml

УДК: 371:338 (575.1)

Адылова З.Д., заведующая сектором
Научно-исследовательский центр
Ташкентский государственный
экономический университет

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ОБРАЗОВАНИЯ И ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ НАУЧНО-ПЕДАГОГОЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОНОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА

Время требует ускоренного развития науки, поднятия ее на более высокий уровень. Предпосылкой совершенствования данного направления являются принятые в республике за последние годы законадательно-нормативные акты и программы. Для полномасштабного развития науки и образования также имеет большое значение подготовка научно-педагогических кадров высшей квалификации. В этом направлении в Республике Узбекистан осуществляется поэтапная деятельность подготовки научных кадров.

По итогам научно-исследовательской деятельности в системе высшего образования за 2018 год в системе высшего образования работают 24713 преподавателей, из них имеют учёную степень 8407 преподавателей (34,1 %), в том числе докторов наук - 1711 человек (7,0 от общего числа преподавателей вузов), кандидатов наук и PhD - 6696 (27,1%). В течении 2017-2018 учебного года успешно защищены 847 докторских диссертаций, что позволило повысить научный потенциал вузов на 3,1 за один год.

В 2018 году в вузах республики выполнены 672 научно-исследовательских проекта на сумму 47,9 млрд. сум, из них 187 проектов фундаментальных исследований, 337 проектов прикладных исследований, 142 инновационных проектов. Совместно с Нидерландской компанией Elsevier реализуется совместная программа «Наука-2020», целью которой является повышение научного потенциала вузов, признание научных журналов и статей учёных республики на международном уровне.

В целях определения приоритетных направлений системного реформирования высшего образования в Республике Узбекистан, поднятия на качественно новый уровень был принят Указ Президента Республики Узбекистан «Об утверждании Концепции развития системы высшего образования Республики Узбекистан 2030 года.

Одним из ключевых задач являются включение не менее 10 высших

образовательных учреждений республики в первую 1 000 позиций перечня высших образовательных учреждений в рейтинге международно признанных организаций (Quacquarelli Symonds World University Rankings, Times Higher Education или Academic Ranking of World Universities). А также поэтапное внедрение концепции «Университет 3.0», предусматривающей взаимосвязь деятельности по коммерциализации результатов образования, науки, инноваций и научных исследований в высших образовательных учреждениях. Создание в высших образовательных учреждениях *технопарков, форсайт-центров, центров трансферных технологий, стартапов и акселераторов* за счет широкого привлечения зарубежных инвестиций, расширения масштаба платных услуг и других внебюджетных средств, выведение их на уровень научно-практических учреждений по прогнозированию и исследованию социально-экономического развития соответствующих отраслей, сфер и регионов.[16]

Увеличение объема научной и технической информации и частая смена технологий, возникновение новых областей знаний на стыках наук также принципиально изменяет требования к молодым специалистам и задачи высшего образования. Становится главенствующим принцип «Образование через науку и практический опыт». Приближение высшего образования к требованиям международных стандартов, оптимизация структуры подготовки и внедрение новых механизмов обеспечения качества, развитие сетевых форм обучения, повышение мобильности позволят выработать оптимальный баланс между универсальностью знаний, их фундаментальным характером и ориентированностью на производство.

Реализация поставленных задач должна ориентироваться на повышение конкурентоспособности высшего образования в мировом образовательном пространстве. Таким образом, учитывая опыт стран СНГ[17] и дальнего зарубежья концептуальными подходами являются следующие направления:

- развитие сетевой формы взаимодействия учреждений высшего

---

[16] Указ Президента Республики Узбекистан «Об утверждании Концепции развития системы высшего образования Республики Узбекистан 2030 года» http://uza.uz

[17] *Концептуальные подходы* к *развитию системы образования до 2020 года* и на *перспективу до 2030 года.* [Электронный ресурс]. URL www.edu.gov.by/sistema. (дата обращения 20.07.2018.)

образования путем обеспечения практикоориентированности образования, углубление взаимодействия с организациями-заказчиками кадров;

- внедрение концепции образования, которая предполагает создание внутри университетов интегрированной образовательной, научно-исследовательской и предпринимательской среды;

- приведение профессионально-квалификационной структуры образования в соответствие с международными классификаторами в сфере образования и видами экономической деятельности.

- разработка и внедрение инновационных организационно-образовательных моделей и технологий, обеспечивающих повышение эффективности образовательной деятельности учреждений высшего образования;

- создание эффективного механизма, который будет напрямую обеспечивать трансфер научных разработок в экономику, обеспечивая тем самым спрос на научные разработки;

- усиление конкуренции среди вузов. Вузы должны бороться за привлечение высококвалифицированных кадров, стремится привлечь на работу специалистов, обучавшихся за рубежом, расширять кооперацию с частным сектором и количество прикладных исследований, повышать свою международную репутацию.

- предоставление вузам большей самостоятельности и академической свободы в принятии решений и относительной финансовой независимости;

- усиление навыков инновационного менеджмента вузов. Многие руководители в недостаточной степени осведомлены о современных и эффективных принципах инновационного и креативного менеджмента;

- преобразование ведущих университетов в научно-образовательно-производственные кластеры, для системного решения вопросов инновационного развития отраслей и межотраслевых комплексов, учитывая опыт создания технологических парков при образовательных учреждениях;

- формирование системы мотивации образовательных учреждений Республики Узбекистан, направленной на существенное повышение позиций в международных рейтингах, улучшение имиджа путем повышения конкурентоспособности научно-образовательного потенциала страны.

Решение вышеперечисленных задач будет служить всесторонней поддержкой в стимулировании профессорско-преподавательского состава к научно-исследовательской и инновационной деятельности, прежде всего в виде творческих идей и разработок сотрудников, а также

для создания благоприятных условий для активного участия молодых ученых в научно-образовательной сфере.

Список использованной литературы

1. Указ Президента Республики Узбекистан «Об утверждании Концепции развития системы высшего образования Республики Узбекистан 2030 года» http://uza.uz

2. Концептуальные подходы к развитию системы образования до 2020 года и на перспективу до 2030 года. [Электронный ресурс]. URL www.edu.gov.by/sistema. (дата обращения 20.07.2018.)

УДК 338.1

Азизова Н.Х., старший преподаватель кафедры менеджмента
Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

В нынешних условиях развития всей экономической системы независимо от ее свойств, структуры и направления деятельности неразрывно связано с инновациями. Устойчивый рост различных экономических систем позволяет говорить об объективном повышении роли инновационного развития в общей системе управления. Широкомасштабное выявление новых знаний в различных областях, а также их комбинирование влечет появление новых продуктов и технологий.

Определяя хозяйственную или экономическую систему как таковую, можно выделить ряд компонентов и признаков, формирующих ее, и дающих возможность функционирования и развития: цель, устойчивость, комплексность, территориальная привязка, инновационность [1,20].

Необходимо отметит, что на тему устойчивого роста и экономического развития посвящено очень большое количество трудов зарубежных и отечественных экономистов, специалистов в области инновационной экономики. Прежде всего, это классики экономической мысли - С. Кузнец, Р. Солоу, Э. Фелпс, Й. Шумпетер и др. Так, Й. Шумпетер в своих исследованиях выделял существование «действительно чисто экономического развития», указывая при этом на

противоречия и взаимоисключающее влияние экономического развития и равновесия. «Экономическое развитие не есть органическое единство его целостности, а состоит из следующих друг за другом, но относительно самостоятельных частичных развитий» [13, 7].

В настоящее время экономическая наука сформировала достаточно большое количество подходов к определению инноваций и инновационной экономики. Первая классическая интерпретация инноваций представлена Й. Шумпетером, который выделял новое благо, новые источники сырья, новые методы производства и сбыта, новые методы организации бизнес- процессов (реорганизация). По мнению С.Д. Ильенковой, В.И. Кузнецова, С.Ю. Ягудина специфическое содержание инновации проявляется в изменении [9, 14].

С.Д. Ильенковой, В.И. Кузнецова и С.Ю. Ягудина в своих исследованиях определяют инновации, как приобретение новых форм, свойств и структур производимых продукций в определенном пространстве и времени.

Баев Л.А. и Литке Л.Г. дают такое определение инноваций - это явление, предполагающее комплексный процесс создания, распространения и использования новых видов изделий, технологий, организационных форм, возможностей, приводящее к динамическому росту эффективности работы объектов инновационной деятельности, в частности, всего общественного производства [1, 21].

В определение Баев Л.А. и Литке Л.Г. инновация охарактеризуется с точки зрения его роли и уровня эффективности в процессе общественного производства.

Инновациям, то есть коммерциализированным новшествам, предшествуют, так называемые инвенции. Под инвенциями в научной литературе понимаются новые научно-технические знания, не существовавшие ранее, полученные в результате проведения фундаментальных и прикладных научных исследований, конвертируемые затем в производственный опыт и нематериальные активы: научные открытия, патенты, базы данных, программное обеспечение, изобретение, представление некоторой идеи, которая позволяет решить возможные проблемы [7] (в привычной трактовке под данным определением понимаются новации).

Понятие инновации является широким, оно нередко ассоциируется с успешным коммерческим использованием знаний. ОЭСР определяет четыре основных вида инноваций: инновационный продукт, инновационный процесс, маркетинговая инновация и организационная инновация. Каждый вид вышеназванных инновации связанно с промышленными предприятиями на базе определенных продукций.

Вышеизложенных наводить мысль о том, что кроме производства наукоемких и высокотехнологичных промышленных продукций, импорт новой технологии производства из-за рубежа, разработка и внедрение организационной модели на основе управленческих моделей, применяемых в уже существующих компаниях, также представляют собой инновации в таком контексте.

Термин инновация непосредственно связан с понятием «инновационная экономика». Некоторые исследователи, изучающие проблемы перехода Республики Таджикистан к новой парадигме экономики, отмечают, что на данный момент не выработано единое понимание термина «инновационная экономика» и определяют ее, например, как «экономику, в которой на основе передовых знаний постоянно создается и востребовано «новое» (продукция, технологии, оборудование, услуги), которое быстро доводится до использования и рынка с применением оперативно изменяемых (подстраиваемых) правовых, экономических и организационных механизмов».

Исходя вышеизложенного можно отметит, что инновационная экономика, как экономика, основанная на использовании знаний должна обладать определенными признаками (рис. 1).

Постоянно возрастающий темп изменений стал главным фактором экономического роста. Для того, чтобы оставаться конкурентоспособными, экономические субъекты должны поддерживать высокий темп собственной инновационной активности [10].

Рис. 1 Основные признаки инновационной экономики

Кроме того, в качестве основных характеристик инновационной экономики выделяют конкуренцию на основе инноваций, организационно-производственную адаптивность, высокий уровень образования и профессиональной компетенции работников [3], а также создание прибыли в основном за счет интеллекта новаторов и учёных, информационной сферы, а не материального производства [2, 43].

Существует ряд определений понятия «инновационная экономика», среди которых можно выделить следующие (табл. 1).

Таблица 1

Определения понятия «инновационная экономика»

Исследователи	**Определение**	**Ключевые понятия**
Куфтырев И.Г.	инновационная экономика - это способ развития рыночной экономики на современном этапе, основанный на системе экономических отношений по воспроизводству инноваций [10]	способ развития экономики; воспроизводство инноваций.
Шохов А.	инновационная экономика - система генерирования, экспериментально-технологической проверки, доработки и внедрения инноваций [11]	генерирование инноваций; внедрение инноваций.
Дерягин А.В.	инновационная экономика - такая экономическая система, в которой определяющими являются нравственные законы общества и которую государство гармонично регулирует и поддерживает технологическими новинками и инновациями с помощью развитой финансовой системы [7]	экономическая система; нравственные законы общества; государство; финансовая система.
Гамидов Г.С.	инновационная экономика - это экономика общества, основанная на знаниях, инновациях, на доброжелательном восприятии новых идей, новых машин, систем и технологий, на готовности их практической реализации в различных сферах человеческой деятельности [3]	экономика общества; восприятие новых идей; практическая реализация.

Таким образом, в приведенных определениях подчеркивается:

- важность каждого из этапов, связанных с созданием, совершенствованием и внедрением инноваций;
- наличие ресурсов и механизмов, обеспечивающих создание и реализацию инноваций;
- ориентация на интенсивный путь развития экономики, в основе которого лежит постоянное технологическое совершенствование;

- гуманистическая, социальная направленность инноваций.

Опираясь на указанные определения, попытаемся дать наиболее емкое определение понятия «инновационная экономика». Инновационная экономика - совокупность экономических отношений, обеспечивающих создание, внедрение инноваций на основе непрерывного развития и реализации национального ресурсного потенциала в целях повышения благосостояния населения и обеспечения устойчивой конкурентоспособности государства.

Список использованной литературы:

1. Баев Л.А., Литке М.Г. К вопросу о категорийной системе оценки и управления инновационным развитием // Менеджмент в России и за рубежом, 2013. - №3. - С.20-22.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество: опыт социального прогнозирования: пер. с англ. / Д. Белл; под ред. д-ра эконом наук В.Л. Иноземцева. - М: изд-во Academia - 2004. - 788 с.
3. Гамидов Г.С. Инновационная экономика - стратегическое направление развития России в XXI веке [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://stra.teg.ru/lenta/innovation/515 (дата обращения: 22.08.2019).
4. Гапоненко А.А., Савельева М.В. Новые тенденции в развитии современного менеджмента // Менеджмент в России и за рубежом. - 2014. - №5. - С. 110 -116.
5. Глазьев С. Ю., Львов Д. С., Фетисов Г. Г. Эволюция технико-экономических систем: возможности и границы централизованного регулирования . — М.: Наука, 1992. — 207 с. — ISBN 5-02-012035-9.
6. Грибов В.Д. Инновационный менеджмент: учебное пособие. – М.: ИНФРА-М, 2014. –245 с.
7. Дерягин А.В. Наука и инновационная экономика в России [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www. admtyumen.ru / ogv_ru/finance/ innovation/ more.htm?id=10292777@cmsArticle (дата обращения: 22.08.2019).
8. Орлова Л.Н., Остроухов С.А. Инновационная деятельность в системе устойчивого развития спортивных организаций // Материалы конференции. VI Международный научно-практический форум «Инновационное развитие российской экономики» // Московский государственный университет экономики, статистики и информатики - М., 2013. - 472 с.
9. Ильенкова С.Д., Кузнецов В.И., Ягудин С.Ю. Инновационный менеджмент. Учебно-методический комплекс / Под ред. профессора, д.э.н. Ягудина С.Ю. - М.:МЭСИ. - 2009. - 192 с.

10. Куфтырев И.Г. Инновационная экономика: сущность и проблемы формирования: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01, 08.00.05. - Н. Новгород, 2004. - 214 с.

11. Шохов А. Инновации и инновационная экономика [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.shokhov.com/2010/03/05/innovation-innovative- economics/ (дата обращения: 22.08.2019).

12. Шпакова А.В. Система управления инновациями как главное условие формирования конкурентных преимуществ предприятия // Вопросы экономических наук. – М., 2005. – №5. – С. 253-254.

13. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / предисл. В. С. Автономова. [Текст]. — М.: ЭКСМО, 2007. — 864 с.

УДК 330.3:658

Алексеев Ю.Г., к.т.н., доцент, генеральный директор Научно-технологический парк Белорусского национального технического университета "Политехник" проректор по производственной деятельности,
Ганченок И.И., доктор физ.-мат. наук, профессор
Турсунов И.Э., к.э.н.,доцент
Научно-технологический парк Белорусского национального технического университета "Политехник"
Ф.С. Темирова, *Каршинский инженерно-экономический институт*

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ 4.0: НЕОБХОДИМОСТЬ НОВЫХ МОДЕЛЕЙ ОБРАЗОВАНИЯ

Недавно прошедший под девизом "Глобализация 4.0: создание глобальной архитектуры в эпоху четвертой индустриальной революции"Давосский Форум определил ряд глобальных тем, требующих пристального внимания и поиска новых стратегий. Сегодня очевидно, что 4-ая индустриальная революция (4ИР) существенных образом трансформировала мировую конфигурацию экономических, политических и общественных взаимоотношений, находящихся в тесной взаимосвязи. Технологии трансформирует и усложняют миропорядок. Глобальная система испытывает значимую нелинейную динамику, в ней зародились новые тренды и исходящие от них вызовы

и угрозы. Основатель и исполнительный директор Всемирного экономического Форума в Давосе Клаус Шваб сформулировал 10 проблемных вопросов, на которые человечеству в режиме глобального диалога предстоит дать ответы. С позиции синергетического формализма [1], на наш взгляд, ответы на сформулированные К. Швабом глобальные вопросы представляют собой синергетические параметры порядка для обеспечения глобальной управляемости.

В настоящем докладе мы обратимся к проблеме развития человеческого капитала и соответствующим изменениям в системе образования, которая должна претерпеть, по мнению К. Шваба, определенную «перестройку», чтобы адекватно ответить на вызовы 4ИР. Что, на наш взгляд, предполагает значимые изменения в системе подготовки кадров:

- Формирование в системе образования градиента интеллектуального лидерства (умные системы) [Smartization];
- Институциональные изменения в системе высшей школы и послевузовского образования (цифровизация, виртуализация и умные системы) [Digitization, Virtualization, Smartization];
- Развитие мета-компетентностного подхода (цифровизация и умные системы) [Digitization, Smartization];
- Культивирование новых социально-личностных компетенций (этические нормы) [Designation];
- Применение синергетических управляющих воздействий (выявление синергетических параметров порядка) для экологизации процесса управления в широком смысле [Integration, Designation].

Выше указанные предложения в той или иной степени относятся к вопросам университетского менеджмента, краткое описание эволюции которого представлено в нашей работе с последующим предложением конкретных практических мер, направленных на проектирование новой образовательной модели.

Анализ развития современной высшей школы указывает на типичный характер сложившейся ситуации практически во всех национальных системах высшего образования. Радикальное изменение внешней среды, появление глобальных вызовов неизбежно влечет за собой либо стагнацию университетской организации, либо мотивирует ее к развитию, появлению новых моделей управления. Однако, на наш взгляд, управленческие инновации не означают разрушения всех без исключения существующих схем управления, а предполагают введение новых управленческих подсистем и связей, оптимизацию традиционых механизмов управления, развитие человеческого капитала и педагогических технологий на основе новой инструментальной базы. При этом актуальной проблемой

становится разработка модели управления современным вузом, восприимчивой к преимуществам интеграционных процессов в сфере высшего образования и науки, резистивной к отрицательным последствиям неизбежного усиления глобализации, жесткой конкуренции на рынке образовательных услуг в условиях необходимости обеспечения инновационного и устойчивого развития современного национального государства. Одним из эффективных современных подходов к изучению университетского менеджмента является использование синергетических принципов открытости, нелинейности управления, распределенной топологии и креативности ландшафта/образовательной среды, позволяющей обеспечить динамичное развитие системы высшего образован на основе процессов аккумуляции преимуществ традиций отечественной высшей школы и современных интеграционных процессов (доступ к международным ресурсам, синергия научно-образовательных потенциалов, обогащение учебных планов и программ, эффективное повышение квалификации, бенчмаркетинг и др.), а также нивелировать отрицательные последствия современных вызовов в области образования.

Существующая современная модель университета сформировалась в результате длительной эволюции. Исторически университет никогда не был автономным от общества учреждением образования. Суверенитет этой организации всегда подразумевал тесное взаимодействие с тремя общественными институтами: властью, рынком и церковью, с которыми университет находился в сложных отношениях противостояния и компромисса, зависимости и автономии. Для средневековых университетов, возникших в Западной Европе в XI-XIII вв., были характерны организационный консерватизм и организационная «закрытость». Впоследствии средневековую модель университета стали называть «английским университетом», с типичным для нее «аристократическим» (схоластическим) характером научных изысканий, далеких от практики, тесной связью с церковью.

Эпоха Просвещения принесла с собой и новый тип организации университета. Этот период ознаменовался ослаблением позиций церкви и ростом влияния на университет светской власти, стремящейся подчинить деятельность университета своим утилитаристским, прагматическим интересам. Эта модель получила название «французский университет». Примером, такой модели университета, ориентированного на обслуживание государственных интересов являлся, созданный Наполеоном «Императорский университет», который контролировал и координировал все университеты Франции. «Французская модель университета» подразумевала исключительно преподавание, а научная деятельность передавалась в ведение

Академий. Именно модель «французского университета» была экспортирована в Россию Петром I.

Неэффективность обеих моделей организации университета, как церковно-аристократической, оторванной от потребностей общества, так и ориентированной исключительно на образовательную функцию, привела в конце XVIII века к неудовлетворенности общества университетским образованием и послужила толчком к волне университетских реформ и трансформаций.

Наибольшее признание и распространение получила сформировавшаяся в начале XIX века «немецкая» модель университета, более известная как «университет Гумбольдта». Автор идеи Вильгельм фон Гумбольдт. Фундаментальными принципами организации нового университета стали академическая свобода и единство исследования и преподавания. Благодаря компромиссу свободы и ответственности перед государством и обществом, решения практических задач образования и свободно развивающейся науки модель Гумбольдтовского университета приобрела большое влияние, и большинство современных университетов воплотили именно данный подход в своем развитии с характерной иерархической департаментализацией. В ней можно выделить учебную подсистему (набор факультетов, состоящих из кафедр), научную подсистему (университетские научно-исследовательские структуры) и вспомогательную подсистему (отделы, обслуживающие учебно-воспитательный и административно-хозяйственный процессы). Такая классическая структура традиционного университета не является стационарной, она постоянно модернизируется, поскольку неизбежно образуются горизонтальные связи за счет участия одних и тех же исполнителей в различных сферах деятельности университета. Следует отметить и существование в современных университетах и явных признаков бюрократической профессиональной организации по М. Веберу. Однако ряд авторов констатируют, что «организационный дизайн университета как профессиональной организации уже не соответствует реалиям сегодняшнего дня». Основной вызов функционированию организаций такого типа это стремительно и непрерывно изменяющаяся внешняя среда. Ужесточение конкуренции уже не гарантирует успеха только за счет масштабов организации. Быстрое развитие технологий ведет к быстрой смене поставщиков нового, вот почему успех может быть обеспечен только при условии внедрения инновационных, нестандартных идей и подходов, что подразумевает доминирование компетенции креативности и индивидуальной инициативы. Способ решения проблем, с которыми столкнулись вузы в условиях так называемого академического капитализма, основанный на привлечении значительных государственных

инвестиций в высшее образование, сформулирован в статье Ж.И. Алферова и В.А. Садовничего [2]. Предлагается эффективно использовать материальное стимулирование участников образовательного процесса, а также создание общественно-государственной системы управления образованием посредством федеральных университетских округов, учебно-методические объединений, специализированных экспертных советов, увеличение числа кафедр, факультетов, выпускаемых специальностей, числа международных партнеров.

К началу XXI века сформировались новые тенденции развития мировой образовательной системы. В большинстве стран мира, в том числе и на постсоветском пространстве, за исключением отдельных республик и элитных университетов, пользующихся приоритетной поддержкой государств, основная масса учреждений высшего образования оказалась непосредственно или опосредованно вовлеченной в рыночно ориентированную деятельность, основанную на конкуренции за ресурсы. Целью конкурентной борьбы является госзаказ на подготовку специалистов, привлечение средств на выполнение научно-исследовательской деятельности, оказание платных образовательных услуг. Некоторые вузы, имеющие в структуре производственные объединения или лаборатории, вовлечены в рыночную борьбу за продвижение своей технологической продукции наравне с производственными предприятиями. В целом отмечена тенденция поощрения государственными управленческими структурами многих европейских стран данной рыночной ориентации университетов, глобализации рынка образовательных и научных услуг в рамках общего тренда интеграционных процессов. Примером тому может служить Болонский процесс и рамочные программы научно-технологического развития. Таким образом, требования внешней среды определили вектор трансформации организационной структуры университета – от классической профессиональной организации в сторону профессиональной предпринимательской организации, со значительным акцентом на формирование бизнес культуры, коммерциализацию результатов интеллектуальной деятельности, и, следовательно, увеличения добавленной стоимости в интеллектуальном продукте. Так подход получил название – Университет 3.0 [3]. На наш взгляд, именно синергетический формализм, а точнее феноменологическая синергетика, несмотря на трудности приложения синергетики к социальным системам, позволяет выявить необходимые условия для отмеченного качественного преобразования университетов как сложных иерархических организаций.

Среди проблем реформирования высшего образования, которое происходит в настоящее время во многих странах, особое место

занимает университетское управление. Именно на университетах лежит ответственность подготовки специалистов, способных быть лидерами во все более сложном и «запутанном мире». Отсюда потребность в становлении и развитии не только психологии, но и педагогики лидерства, включающую совершенствование образовательного менеджмента, валеологизацию образовательной среды, командообразование и интеллектуальное лидерство [4], обеспечивающие эффективность управления в сложной системе организации современной образовательной программы подготовки научных кадров.

Образовательные программы университетов нового типа предполагают и создание новых механизмов их имплементации. На рисунке 1 представлены синергетические координаты проектирования такой образовательной программы. Эффективную реализацию синергетического принципа открытости предлагается обеспечить через направленное сотрудничество, например, Белорусского национального технического университета с ведущими высшими учебными заведениями Республики Узбекистан. по модели 2+2 на первой ступени высшего образования (бакалавриат), инициированной и организованной руководителями вузов и поддержанной министерствами образования.

Рис. 1. Синергетическая модель образовательной программы

Обеспечение принципа нелинейности возможно через систему дополнительного образования - повышение квалификации по формированию инновационной восприимчивости у управленческого персонала научно-образовательных учреждений, в том числе через взаимодействие с инновационно-ориентированными бизнес-структурами (организация инновационной инфрастуктуры через создание вузовских технопарков и проведение на их базе интенсивных образовательных программ дополнительного образования). Динамическая мобильность в предложенной синергетической модели обеспечивается через механизм взаимодействия партнеров по модели 2+2 на первой ступени высшего образования (бакалавриат), инициированной и организованной руководителями БНТУ и узбекских вузов и поддержанной национальными министерствами образования, которая предполагает академическую мобильность Беларусь Узбекистан,В качестве одного из параметров порядка для управления совместной образовательной программой предлагается формирование у обучающихся и профессорско-преподавательского состава на базе НТП БНТУ инновационных компетенций через

- разработку и проведениеучебного модуля «Инновационная система БНТУ» для студентов первого курса всех специальностей 1-ой ступени получения высшего образования;
- изучение дисциплины «Организация научно-инновационной деятельности в университете» по программе магистратуры;
- проведение стажировок и тренингов для обучающихся, молодых ученых БНТУ по программе Стартап-центра БНТУ «От идеи до внедрения»;
- систему мер мотивации, включая грантовую поддержку инновационной активности обучающихся;
- непрерывное и системноедополнительноеобразование профессорско-преподавательского БНТУ и зарубежных вузов-партнеровв области инновационной деятельности;
- обеспечение активного участия студенческих научных объединений в молодежных научно-технических мероприятиях;
- повышение презентационного потенциала молодежных проектов и разработок в рамкахвыставочно-ярмарочной и рекламно-коммерческой деятельности.

Важное значение имеет и подготовка совместных учебных изданий по приоритетным направлениям социально-экономического развития государства. В качестве примера, в настоящем докладе будет проанонсировано первое белорусско-узбекское учебное пособие «Цифровая экономика: управление информационными ресурсами»,

подготовленное под редакцией ректоров БНТУ и КИЭИ докторов технических наук С.В. Харитончика и Н.Н. Махмудова.

Литературы:

1. Ганчеренок И.И. Подготовка научных кадров: синергетический подход//Известия Национальной академии наук Беларуси. Серия гуманитарных наук. – 2018. – Т. 63, №2. – С. 151-159.
2. Алексеев Ю.Г., Дудко Н.А, В. Т. Минченя В.Т., С. В. Харитончик С.В. Научно-методологические аспекты управления формированием и развитием инновационной среды «Университета 3.0»//Цифровая трансформация. – 2019, №2, с. 29-35.
3. Алферов Ж. И., Садовничий В.А. Образование для России XXI века// Образование, которое мы можем потерять / Под ред. В.А. Садовничего.– М.: МГУ, 2002. С. 12–23.
4. Hancharonak, I., Yahorova, N. IntellectualleadersPreparation: SynergeticApproachandEuropeanExperience// European Studies J. – 2018, No. 12. – P. 49-64.

УДК 332.1

Ахмедова М.А. доцент кафедры менеджмента
Таджикского государственного
университета права, бизнеса и политики

РОЛЬ ДОМАШНЕГО ХОЗЯЙСТВА В РАЗВИТИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ

В условиях сложившейся экономической и социальной ситуации в жизни нашей страны, проблема экономического роста выходит на первое место. Однако экономический рост невозможен без привлечения дополнительных инвестиционных ресурсов в реальный сектор экономики. В силу после гражданских войны в республике Таджикистан и экономических кризисов 2008-2010гг., несмотря на создание благоприятных условий, привлечение иностранных инвестиций является весьма затруднительным. Исходя вышеизложенного особое значение в нынешних условиях приобретают, на наш взгляд, сбережения населения, как источник колоссальных инвестиционных ресурсов для развития региональной экономики.

В настоящее время проводимая на основе устойчивого экономического роста социально-экономическая политика направлена, прежде всего, на повышение уровня жизни населения Республики

Таджикистан. Данная цель может быть достигнута только за счет привлечения дополнительных экономических ресурсов. Потенциальным источником невостребованных экономических ресурсов выступает домашнее хозяйство как субъект экономической деятельности.

Сбережения домашних хозяйств - это мощный и реально существующий финансовый потенциал, имеющийся внутри страны и каждого региона. С их помощью решается проблема пополнения ресурсов рынка капитала, что приводит к оживлению инвестиционной деятельности и экономическому росту в регионе. Именно поэтому формирование рыночно-ориентированного домашнего хозяйства в региональной хозяйственной системе является необходимым элементом институциональных преобразований национальной экономики в целом и экономика региона в отдельности.

Современное российское домохозяйство утверждается в качестве одного из важнейших хозяйствующих субъектов, поскольку оно включено в процессы формирования рабочей силы и человеческого капитала, создания многих продуктов и услуг, привлечения и использования материальных, финансовых и информационных ресурсов. Получив возможность самостоятельно определять параметры своего воспроизводственного процесса, отечественные домохозяйства усиливают свое воздействие на экономические процессы, протекающие на различных, в том числе на региональном, уровнях организации общественного хозяйства.

От стабильного развития домохозяйств зависит безопасное функционирование экономической системы в целом. Гарантировать целостность системы экономической безопасности домохозяйства могут высокие значения следующих социально-экономических показателей: уровень доходов; структура расходов; экономическая свобода; экономическая активность; эффективность государственной социальной и экономической политики.

Домохозяйство, как минимальная системная единица регионального хозяйства, представлено на рынке труда, потребительском рынке, рынке недвижимости и финансовом рынке.

Несмотря на рыночное преобразование, в структуре доходов домохозяйства остается весьма низкой доля доходов от предпринимательской деятельности и собственности. В ней, по-прежнему, доминирует доля доходов от работы по найму, а также значительное место занимает доля социальных трансфертов. Значительная часть доходов домохозяйств формируется в «теневой» экономике, что препятствует их вовлечению в инвестиционный процесс

и использованию соответствующего потока средств в качестве материального обеспечения возврата кредитов [2].

Между домохозяйством и государством постоянно осуществляется движение денежных потоков: члены домохозяйства, работая в государственном секторе или продавая государству товары и услуги собственного производства, получают от государства зарплату или доход. Кроме этого, реализовывая социально-экономическую политику, государство направляет различные денежные трансферты, а также общественные блага и услуги в натуральной форме. Вместе с тем финансовые отношения с государством возникают у домашних хозяйств при оплате налогов, сборов, пошлин и отчислений в бюджет и во внебюджетные фонды. Внебюджетные фонды, в свою очередь, выплачивают домохозяйствам пенсии, различные пособия и другие выплаты социального характера [3].

Жилищно-коммунальное хозяйство на современном этапе развития экономики находится не в лучшем состоянии. Оно характеризуется низким уровнем энергоэффективности и ресурсосбережения. Для обеспечения функционирования жилищно-коммунального хозяйства ежегодно из бюджетов различных уровней (в том числе и регионального) выделяются колоссальные средства субсидирования. Высокая затратность в обслуживании объектов ЖКХ предопределяет повышение тарифов на коммунальные услуги. Однако, будучи активным потребителем коммунальных услуг, домашние хозяйства способны преобразовать на основе совместных ценностей местное хозяйство (в том числе жилищно-коммунальное), улучшить условия проживания в соответствии со своими интересами и потребностями.

В настоящее время государственная политика является социально направленной, ориентированной на повышение благосостояния населения. Особенности социальных отраслей диктуют специфику и границы применения рыночных и нерыночных механизмов развития экономики регионов. Их сочетание должно обеспечить, с одной стороны, оптимальный объем усилий и финансовых затрат, позволяющих обеспечить максимально возможный результат реализации государственной социальной политики, с другой стороны - свободные условия доступа к социальным благам для различных групп населения [1].

На рисунке 2 представлен концептуальный подход к формированию государственной социальной политики, направленной на повышение ресурсного потенциала домашних хозяйств.

Основополагающими направлениями государственной социальной политики являются:

- на макроуровне - обеспечение национальной безопасности и реализация конституционных прав граждан (которые закреплены в Конституции РФ и обозначены в Концепции долгосрочного социально экономического развития страны до 2020 г.);

- на мезоуровне - преодоление резкой дифференциации в обществе и обеспечение прав человека в соответствии с Конституцией РФ вне зависимости от региона проживания, создание условий экономической активности, развития малого бизнеса и, как следствие, обеспечение социальной защищенности и личностного роста каждого члена общества, повышение инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности территории;

на микроуровне - повышение ресурсного потенциала экономического субъекта, эффективное управление им с учетом интересов группы (включая членов домохозяйства), обеспечение потребностей человека, создание условий повышения качества человеческого капитала, адекватного уровня жизни и качества жизни человека и как косвенный результат - решение демографических проблем.

Изучая жизнедеятельность домохозяйств, можно выделить основные направления участия домохозяйства в развитии региональной экономики, отраженные на рисунке 3.

Необходимо отметить, что осуществление трудовой деятельности и потребление товаров и услуг непосредственно участвуют в формировании валового регионального продукта, а трансформация сбережений домашних хозяйств в региональные инвестиционные ресурсы носит стратегический долгосрочный характер.

Таким образом, домохозяйства являются особым субъектом региональной экономики. Они потребляют часть прибавочного продукта в виде заработной платы, трансформируя его в человеческий капитал и инвестиции. Домашние хозяйства являются первичной (базовой) рыночной единицей и функционируют по законам рынка.

Усиление роли домашних хозяйств в значительной степени оказывает влияние на эффективность социально-экономических реформ на территории конкретного региона. Использование инструментов вовлечения ресурсов домохозяйств в экономический оборот может привести к тому, что резервные сбережения населения будут использованы в качестве мощного толчка динамичного развития региональной экономики.

Список использованной литературы:

1. Национальная стратегия развития Республики Таджикистан на

период до 2030 года. Душанбе, 2016.

2. Чумакова Н.А. Финансовая несостоятельность системы домашнего хозяйства (на материалах г. Краснодара). // Вестник Адыгейского государственного университета. Экономика. - 2011. - № 1. - С. 73-77.

3. Чумакова Н.А., Стародубцева Ю.Ю. Роль домашних хозяйств в финансовой системе Российской Федерации. // Актуальные проблемы экономического развития Сборник статей Международной научно-практической конференции. - г.Уфа, 2014. - С. 318-320.

УДК 330

Гордиенко Д.Р., студентка
Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»

ПУТИ РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ В УКРАИНЕ

Современное развитие мира уже не представляет свое существования без такого понятия как «глобализация». Что же это такое?

Глобализация, впервые получившая определение как «слияние многонациональных продуктов, произведенных многофункциональными компаниями» и охватившая в последние 20 лет торговую, производственную, финансовую, политическую, инновационную сферы, превратилась, по мнению ряда исследователей, в процесс, формирующий новое качество мирохозяйственных связей – мировое экономическое пространство. Одним из способов повышения конкурентоспособности государства в условиях глобализации в основном является повышения экспортного потенциала малого бизнеса, изменение его структуры и ориентированность на желание и спрос потребителей.

На данный момент экономика Украины переживает не самые лучшие времена. Наряду с многими экономическими, политическими, социальными и многими другими проблемами, сдерживающими развитие экономического потенциала страны, по-прежнему остается нерешенная проблема малого предпринимательства. Опыт развитых стран показывает, что ин достигли такого результата из-за создания мощной экономической силы, как малый бизнес. В Украине же за последние 10 лет положение малого предпринимательства только ухудшилось, а европейское направление развития экономики и глобализация делают этот вопрос еще более острым.

Процесс развития малого бизнеса в Украине тормозится рядом существенных причин, к которым можно отнести: слабую инновационную инфраструктуру, практическое отсутствие государственного субсидирования малого бизнеса, неразвитость системы кредитования малого бизнеса, неэффективную систему налогообложения, слабую организацию управления развитием малого бизнеса на государственном уровне.

Преодоление указанных проблем невозможно без существенной перестройки всей системы государственной поддержки малого бизнеса. Это, в свою очередь, ставит в качестве первоочередного задания усовершенствование экономического порядка и учета мирового опыта поддержки малого бизнеса, который базируется на создании льгот стимулирующих бизнес. Они включают, например, снятие налогообложения в начальный период деятельности малых предприятий, доступные ставки по кредитам, четко оформленные земельные отношения, создание условий для поддержки высокой предпринимательской культуры. Экономический порядок, который сформировался в Украине, имеет в своей структуре очень значительную коррупционную составляющую. Такой барьер малому предпринимателю чаще всего преодолеть не под силу. Коррупция существенно снижает конкурентоспособность страны и бизнеса в ней. При этом она делает Украину менее привлекательной для инвестиций, ослабляет конкуренцию, препятствует повышению эффективности ведения бизнеса.

Для повышения оперативности управления развитием малого бизнеса необходимо пересмотреть организацию взаимоотношений между правительством и малым бизнесом. Необходимо организовать на систематической основе ежемесячные встречи высокопоставленных правительственных чиновников с представителями малого бизнеса. Результатом этих встреч, наряду с решением других вопросов, должны стать рекомендации для парламента и правительства, направленные на обеспечение законодательных и регуляторных мер, способствующих адаптации украинского малого бизнеса к условиям мирового глобализационного процесса. При этом необходимо также работать над созданием в стране экономического порядка, который бы стимулировал процесс развития малого предпринимательства, а не тормозил его. К составляющим такого порядка, как минимум, можно отнести: льготный режим налогообложения для малого производственного бизнеса; упрощение регуляторных и административных процедур; усовершенствование механизма кредитования малого бизнеса коммерческими банками под госгарантии; всестороннее стимулирование производственного предпринимательства, занимающегося инновационной и экспортной

деятельностью.

Основной тенденцией для развития малого бизнеса, кроме изменений на государственном уровне, является его кооперация и взаимодействие с крупными предприятиями. Роль малого бизнеса в экономике его особенностями и функционалом. Главная его экономическая особенность – это создание широкого спектра товаров и услуг в условиях дифференциации и индивидуализации потребительского спроса.

Передавая малым предприятиям выполнение части бизнес-процессов с применением аутсорсинга, а также производство определенных деталей и узлов по контрактам субподряда, крупные корпорации могут сосредоточиться только на важнейших операциях. Самой распространенной формой кооперации малого и крупного бизнеса признана субподрядная система по принципу японской модели управления, характеризующейся установлением доверительных отношений между заказчиком и подрядчиком.

Следует также учитывать, что в настоящее время в большинстве случаев создание малых предприятий инициируется крупными компаниями, которые поручают им вести определенные виды производства или устанавливать тесные связи с рынком. Также малые предприятия могут вести научные разработки по запросу крупных корпораций. Причем такая связь может наблюдаться не только в промышленности, но и в других сферах деятельности (торговля, медицина, образование и т.д.)

Малый бизнес не только увеличивает спрос на оборудование, сырье, материалы, а также благодаря ему у населения появляются дополнительные доходы, следовательно, дополнительный спрос на потребительские товары и услуги.

Из изложенного следует, что малые предприятия являются неотъемлемой частью социально-экономической системы страны в период формирования рыночных структур обеспечивая:

- стабильность экономических отношений (по мнению зарубежных исследователей, стабильность системы обеспечивается при условии, когда 20-30% граждан страны имеют собственное дело)
- необходимую мобильность в условиях рынка (малые предприятия создают специализацию и разветвленную кооперацию производства, без которых немыслима его высокая эффективность, что приводит к динамичности хозяйственного развития и экономическому росту национальной экономики)
- пополнение доходной части бюджета.

Список использованной литературы

1. Бизнес-среда в Украине. Проект «Развитие предпринимательства в Украине». Международная финансовая корпорация [Электронный ресурс]. – Режим доступа: surv-07-web.pdf
2. Голикова О.А. Инновационное предпринимательство в эпоху глобализации / О.А. Голикова // Социально-экономические явления и процессы. – 2011. – № 7. – С. 26–30.
3. Дементьев В.В. Несбалансированная экономическая власть и экономическое поведение в переходной экономике / В.В. Дементьев // Экономика промышленности. – 1999. – № 1. – С. 17–23.
4. Макогон Ю.В. Малый бизнес в Украине в условиях глобализации мировой экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: 16_kpi_Microsoft Word economy. kpi. ua>files /16_ kpi_2013.doc
5. file:///C:/Users/1/Downloads/bmef_2015_1_18.pdf
6. https://cyberleninka.ru/article/v/razvitie-malyh-form-predprinimatelstva-v-usloviyah-globalizatsii-ekonomicheskih-i-sotsialnyh-protsessov
7. https://cyberleninka.ru/article/v/rol-malogo-predprinimatelstva-v-usloviyah-globalizatsii-ekonomiki

УДК 339.54

Дубовская В.А., Котковец А.И., студенты
Научный руководитель: Филиппова Т.В., м.э.н.,
ассистент кафедры менеджмента
Брестский государственный технический университет

ВНЕШНЕТОРГОВАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Одним из главных показателей уровня развития страны считается состояние внешнеторговой политики государства. Для Беларуси увеличение объемов экспорта было и остается важной задачей. Стабильность и процветание экономики, а также благополучие страны полностью зависят от эффективности работы ориентированных на экспорт предприятий и грамотной внешнеторговой политики.

Беларусь имеет торговые отношения более чем с 170 странами мира. Лидирующими товарными позициями в экспорте являются нефть и продукты нефтепереработки, калийные и азотные удобрения, грузовые и легковые автомобили, тракторы, шины, металлопродукция, молочная и мясная продукция, мебель.

Основной торговый партнер Беларуси – Россия, на ее долю

приходилось в первом полугодии 2019 года 40,3% белорусского экспорта и 55,6% импорта.

Второе место в товарообороте занимает Европейский союз, на долю которого приходится 27,1% белорусского экспорта и пятая часть импорта. Основные страны-импортеры белорусской продукции в Евросоюзе: Великобритания, Польша, Германия, Литва, Нидерланды, Латвия, Бельгия, Норвегия [1].

Беларусь к 2020 году планирует значительно снизить зависимость от традиционных рынков сбыта. Т.к. Россия в ближайшее время стремится выйти на полное самообеспечение по молочной продукции, РБ не сможет экспортировать на российский рынок белорусские молочные продукты в том же объеме. Анализируя данные за последние несколько лет можно сделать вывод, что 78% молочной продукции экспортируется в РФ на сегодняшний день, что в цифрах составляет 1,6 млрд долларов США. Для примера, сравним экспорт молочной продукции в РФ с другими странами-партнерами Беларуси. Так, на 2018 год он составил около 300 млн долларов США.

Можно отметить увеличение экспорта РБ со странами партнерами, кроме РФ, что говорит о плодотворной работе по поиску новых рынков сбыта и реализации молочной продукции государством. Но разрыв между РФ и другими рынками настолько велик, что потребуется не один год, чтобы сократить его.

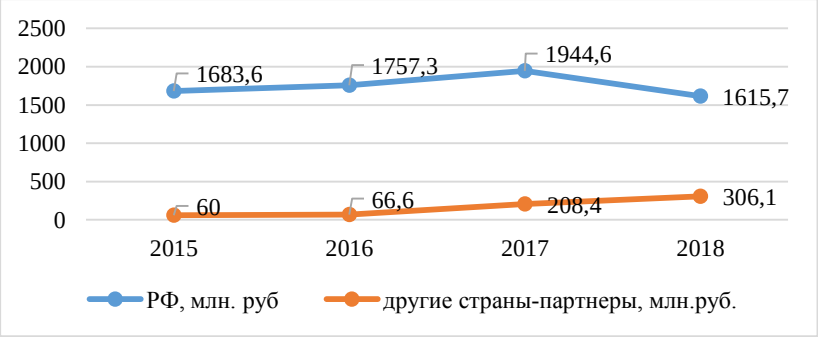


Рисунок 1 - экспорт молочной продукции в РФ и другие страны-партнеры Беларуси.

Если в ближайшее время Россия полностью откажется от молочной продукции Беларуси, то наша страна понесет колоссальные убытки. Для решения этой проблемы, необходимо увеличивать экспорт на новые рынки сбыта уже сейчас. Самый большой прирост объемов импорта молочных продуктов в ближайшей перспективе даст Китай. А также

Египет, Алжир и другие страны Африки.

Одно из перспективных направлений, которая Беларусь осваивает последние пару лет - это Грузия, Молдова, Китай, Япония. Перелом в развитии белорусско-грузинских отношений, прежде всего в торгово-экономической сфере, наступил после официального визита в Грузию в апреле 2015 г. Президента Республики Беларусь, в ходе которого стороны договорились об увеличении товарооборота до 200 миллионов долларов США. В ходе визита был подписан пакет из 15 документов, которые позволили резко активизировать белорусско-грузинские отношения, особенно в торгово-экономической сфере.

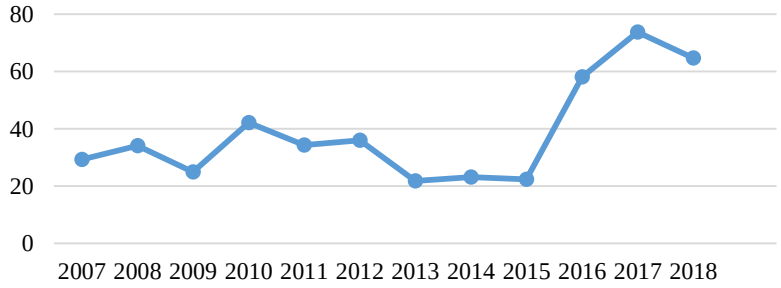


Рисунок 2 - Экспорт товаров из Республики Беларусь в Грузию, млн. долларов США

В 2015 году экспорт составлял 22,4 млн долларов США, в 2016 году – 58,1 млн долларов США, т.е., темп роста составил 259,4% к предыдущему, в 2017 тенденция роста экспорта сохраняется до 73,8 млн долларов США, а в 2018 году – 64,7.

В марте 2018 года в связи с визитом президента Лукашенко А.Г. прошел грузино-белорусский бизнес-форум в целях дальнейшего развития и углубления торгово-экономического взаимодействия Беларуси и Грузии. Участники форума рассмотрели перспективные направления белорусско-грузинского торгово-экономического сотрудничества, обсудили вопросы выстраивания логистики и применения инструментов финансовой поддержки экспорта. Белорусская сторона представила торгово-экономический, промышленный и инвестиционный, а также туристический потенциал страны. На выставку приехала большая делегация белорусских предприятий из разных регионов страны, среди них были такие предприятия как "Красный пищевик", Пинский мясокомбинат, "Гомсельмаш" (ПАЛЕССЕ – с/х техника), МТЗ, "Могилевлифтмашем", «Белита», «Витэкс», «Коммунарка», «Кондитерская фабрика «Слодыч»,

«МАЗ», Калинковичский молочный комбинат, "Экзон" (фармацептическое предприятие), ОАО "Нафтан» (нефтеперерабатывающее предприятие), "Белмедпрепараты" и другие[2].

На территории Грузии рассматривается возможность создания совместных предприятий по производству белорусской молочной и мясной продукции.

На данный момент РБ имеет достаточное количество партнеров во внешнеторговой политике, что помогает ей наращивать экспорт.

Так, с января 2019 года ОАО «Беларуськалий» и ее ключевой партнер на китайском рынке, компания CNAMPGC, начали тестовый период контейнерных поставок, который подтвердил большой потенциал этого направления совместной работы и привел к подписанию нового Меморандума о сотрудничестве между БКК и CNAMPGC, направленного на развитие контейнерных отгрузок на рынок КНР [3].

Улучшение ситуации невозможно без создания инновационных продуктов, выстраивания цифровой экономики, повышения конкурентоспособности имеющихся товаров. Это будет способствовать повышению степени «выживаемости» белорусского экспорта на уже имеющихся рынках и создаст основу для новых конкурентных преимуществ и проникновения на новые. Организациям РБ следует расширять партнерские отношения с иностранными организациями для создания совместных производств за пределами Беларуси в целях изучения и освоения передовых технологий, выпуска новых товаров и их реализации. Одной из ведущих целей для организаций остается привлечение инвестиций иностранных инвесторов, что позволит внедрять инновационные технологии, оборудование для производства продукции высокого качества, конкурентоспособной не только на внутреннем, но и внешнем рынках.

Список использованной литературы

1 URL: http://mfa.gov.by/export (дата обращения 25.10.2019).

2 URL: http://grotpp.by/gruzinsko-belorusskiy-biznes-forum/ (дата обращения 25.10.2019).

3 URL:https://www.belrynok.by/2019/05/20/bkk-rasshiryaet-postavki-kalijnyh-udobrenijv-v-kitaj-v-kontejnerah/ (дата обращения 27.10.2019).

УДК 004.9

Король Е.С., студент
Делендик Д.О., студент
Кулакова Л.О., ст. преподаватель
Брестский государственный технический университет

РАЗВИТИЕ СФЕРЫ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Индустрия информационных технологий в Беларуси быстро развивалась на протяжении многих лет и за последние годы достигла достаточно высокого уровня. Беларусь и ее IT-прорыв уже заметили многие мировые СМИ, среди которых: The Wall Street Journal, Forbes, Reuters, Euronews [3]. Значительный вклад в растущую популярность IT-индустрии в Беларуси, а также в развитие IT-экосистемы в стране внес Указ № 8 «О развитии цифровой экономики», принятый Президентом Республика Беларусь в 2018 году. Принятие этого довольно революционного закона подчеркивает динамику, которая сейчас наблюдается в белорусской IT-отрасли, и в основном в одном из крупнейших центров страны - Парке высоких технологий (далее-ПВТ). Развитие IT-индустрии поддерживается сильной образовательной базой с большим количеством отраслевых специальностей в более чем 15 белорусских вузах. Основные поставщики IT-специалистов в Беларуси (согласно данным ПВТ, 2017 г.):

-Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники – 37 %,

- Белорусский государственный университет – 27 %,

- Гродненский государственный университет имени Янки Купалы – 6 % [2].

Наряду с другими высокотехнологичными странами, Беларусь становится поставщиком услуг по разработке программного обеспечения с устоявшейся историей для международных и иностранных компаний-клиентов. В рейтинге Международного союза электросвязи Measuring Information Society Report, дающем оценку развития сектора информационных технологий, Беларусь занимает 32-е место (2017).

На долю сектора информационных технологий приходится 10,5% ВВП в секторе услуг и 5,1% общего ВВП Беларуси. Беларусь также входит в число мировых лидеров по экспорту IT-услуг на душу населения. С 2005 по 2018 годы экспорт IT-услуг и продуктов вырос почти в 30 раз (24,7 млн. долларов в 2005 году по сравнению с 1586

млн.долларов в 2018 году)[1].

10 компаний из рейтинга крупнейших софтверных компаний мира Software 500 имеют офисы разработки в Беларуси: EPAM (107), Bell Integrator (281), IBA (281), Itransition (368), Coherent Solution (393), SoftClub (409), Artezio (416), Intetics (419), Oxagile (456), IHS (482). Белорусские разработчики оказывают IT-услуги крупнейшим корпорациям и организациям мира (Samsung, HTC, Лондонская фондовая биржа, Всемирный банк, Microsoft, Coca-Cola, Toyota, Google, British Petroleum и др.)[4].

Если говорить о развитии IT-индустрии в городах РБ, то лидирующую позицию неизменно занимает Минск, на долю которого приходится около 88% от общего рынка IT-сферы в Беларуси. Белорусский парк высоких технологий создан в Минске и является крупнейшим IT-кластером в Беларуси. Мобильные приложения, созданные резидентами белорусского Парка высоких технологий, используются более чем в 190 странах мира. Среди них – Viber, MSQRD, MAPS.ME, Flo и другие. Около 85% всех ИТ-компаний, зарегистрированных в ПВТ, расположены в Минске. Таким образом, белорусская «IT-карта» остается моноцентрической [4]. Количество специалистов в Гродно и Бресте составляет 2,7% и 2,9% соответственно. Совместная научно-учебная компьютерная лаборатория создана в Бресте при сотрудничестве компании EPAM Systems и Брестского государственного университета им. А.С.Пушкина.

В наше время стремительно растет число девушек в сфере информационных технологий. Согласно показателям на 2017 год, на долю девушек приходилось 19.2% (с 2010 выросло на 11.7%), и, по данным за 2018 год, число женщин в отрасли выросло до 25.4%. [1]

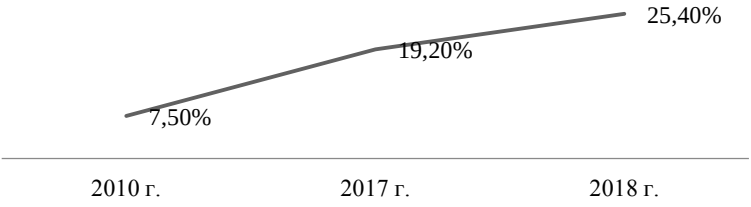


Рис.1 «Изменение доли девушек в IT-индустрии»

Самыми популярными специальностями среди девушек в IT стабильно остаются HR-менеджер, бизнес-аналитик, тестировщик и

технический писатель. Процентное соотношение самых популярных специальностей в IT среди девушек к мужчинам той же специальности представлено на *Рисунке 2*.

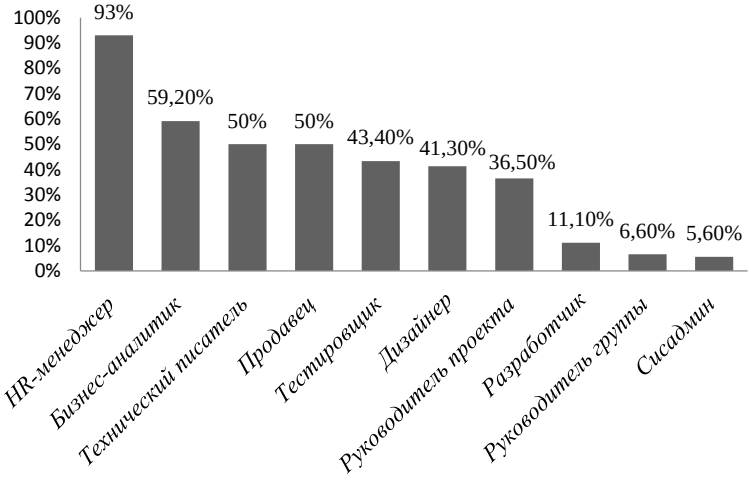


Рис.2 «Доля девушек в наиболее востребованных специальностях»

Согласно статистическим данным, средний возраст специалистов IT отрасли к 2018 году вырос с 28 до 29 лет. В 2017 году 60.5% приходилось на долю аутсорсиногвых IT-компаний(компании, передающие некоторые бизнес-процессы и производственные функции иным компаниям, специализирующимся на них), и 39.5% - на долю продуктовых компаний (занимающиеся разработкой собственных продуктов)[3]. Шесть компаний-резидентов ПВТ вошли в список лучших провайдеров услуг аутсорсинга (согласно рейтингу 2017 Global Outsourcing 100): Bell Integrator, Ciklum, EPAM, IBA Group, Intetics и Itransition [1].

В 2018 году появляются компании смешанной модели, которые совмещают предыдущие две — разрабатывают приложения под заказ и параллельно создают свои продукты. Чаще это касается мобильных разработчиков. Данная стратегия позволяет им сохранять устойчивость и кадры на длинной дистанции.

Если говорить о сферах разработки, то наиболее популярными среди белорусских специалистов являются такие, как Mobile Development, E-commerce и Fintech. E-commerce составляет - 26.8%, Mobile Development - 22.1%, Fintech - 15.6%, Games - 10.6%, и Media соответственно- 9.8% [2] .

Одной из ближайших и наиболее успешных перспектив развития сферы информационных технологий в Бларуси является таое направление, как «Internet of things». Это концепция подключения любого устройства к Интернету и другим устройствам. Internet of things представляет собой гигантскую сеть взаимосвязанных вещей и людей, которые собирают и обмениваются данными о том, как они используются, и об окружающей их среде. Internet of things включает в себя большое количество объектов различных форм и размеров - от автомобилей с автоматическим управлением до носимых фитнес-устройств, которые измеряют сердцебиение и количество шагов, затем используют информацию, чтобы предложить планы упражнений, адаптированные для пользователя.

Устройства и объекты со встроенными датчиками подключены к платформе Internet of Things, которая объединяет данные с различных устройств и применяет аналитику для обмена наиболее ценной информацией с приложениями, созданными для удовлетворения конкретных потребностей.

Благодаря передовой аналитике появляется возможность сделать процессы более эффективными. Умные объекты и системы означают, что вы можете автоматизировать определенные задачи. Сфера Internet of things активно развивается в Республике Беларусь. Многие IT-компании представили свои инновационные разработки. К ним относятся EPAM Systems, которая разработала собственную платформу IoT, послужившую основой для проекта «умная» теплица GreenHouse[3]. Ещё одна белорусская компания IBA Group занимается внедрением своей разработки payBYcard, которая представляет собой сервис по приёму безналичных платежей при помощи смартфона. Так же специалисты IBA Group внедрили и обслуживают электронную систему оплаты проезда в общественном транспорте [4].

Список использованных источников:

1. URL: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/
2. URL: http://www.belarus.by/ru/business/doing-business/it-belarus
3. URL: http://analyst.by/news/it-belarusi
4. URL: https://www.kv.by/news/

УДК 330.332.011

Кривицкая Т.В., ст. преподаватель
кафедры менеджмента
Флячинская Н.Н., студентка
Брестский государственный технический университет

ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Республика Беларусь выбрала инновационный путь развития, в основе которого – опора на широкое применение результатов исследований и разработок в производстве. Активизация инновационной деятельности определена одним из приоритетов государства. Программа поддержки и финансирования инновационной деятельности дает возможность привлечь частный капитал, снизить риск для капиталовложений, так как государство в данном случае выступает гарантом возврата денежных средств. Наблюдается рост затрат на технологические инновации, если в 2012 году затраты составляли 7937,55 млрд. руб., то в 2018 году они составили 1134,9 млрд. руб.

Одним из важнейших показателей социально-экономического развития Республики Беларусь является показатель удельного веса отгруженной инновационной продукции. За период 2013-2018 гг. динамика данного показателя неравномерна, хотя в последние годы наблюдается устойчивый рост. За 2018 год, в соответствии с данными государственной статистической отчетности, показатель удельного веса отгруженной инновационной продукции организациями, основным видом экономической деятельности которых является производство промышленной продукции, в общем объеме отгруженной продукции составил 18,6 %, что значительно больше плановых значений (12–13 %). Если сравнить 2017 год и 2018 год, то показатель удельного веса увеличился на 1,2 %. Объем отгруженной инновационной продукции является главным показателем, по которому оценивают уровень инновационного развития страны.[1]

Одним из основных стоимостных показателей научно-технического потенциала Брестского региона является структура научных исследований и разработок по видам работ. Следует отметить, учитывая высокие риски фундаментальной науки, начальное финансирование данных разработок в области осуществляется за счет бюджетных средств, в том числе за счет средств Белорусского фонда фундаментальных исследований.

В соответствии с Республиканским планом мероприятий по проведению в 2019 Белорусским республиканским фондом фундаментальных исследований (далее - БРФФИ) будет проведен тематический конкурс фундаментальных и прикладных научных исследований по проблемам Брестской области «БРФФИ-Брест-2019». Проекты финансируются из средств областного бюджета и средств БРФФИ в 2019-2021 гг. Ученые области активно осуществляют международное сотрудничество.

С целью содействия развитию предпринимательства в научной, научно-технической, инновационной сферах, создания условий для осуществления юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями инновационной деятельности, в области осуществляет деятельность закрытое акционерное общество «Брестский научно-технологический парк» (далее - ЗАО «БНТП», технопарк). Для определения направления развития БНТП разработана дорожная карте развития БНТП на 2018-2020 гг., в соответствии с которой определены следующие направления развития технопарка, в том числе с учетом приоритетных направлений научно-технического развития Республики Беларусь: промышленность, энергетика и энергоэффективность; агропромышленные технологии и производство; промышленные и строительные технологии; био- и наноиндустрия; информационно-коммуникационные и авиакосмические технологии; национальная безопасность и обороноспособность, защита от чрезвычайных ситуаций.

Предложенные направления приоритетного научно-технического развития перекликаются с определенными 5 кластерами для научно-технического развития Брестской области на 2018-2025 годы: обрабатывающая промышленность (мясо-молочная переработка); информационные и Коммуникационные Технологии (ИКТ); строительство (аутсорсинг); биотехнологии для АПК; транспортное, складское и курьерское обслуживание.

Преодоление недостатков развития научно-инновационной сферы позволит объединить усилия академической, вузовской и отраслевой науки в целях повышения конкурентоспособности отечественной продукции на основе интенсификации инновационной деятельности. Необходимо использовать свои потенциальные конкурентные преимущества, такие как: выгодное экономическо-географическое и геополитическое положение; развитые системы транспортных коммуникаций и производственной инфраструктуры; значительные земельные, водные и лесные ресурсы; относительно развитый научно-технический потенциал; многовекторные внешнеэкономические связи.

Целью государственной политики в области формирования и развития национальной инновационной системы является формирование экономических условий для вывода на рынок конкурентоспособной инновационной продукции в интересах реализации стратегических национальных приоритетов Республики Беларусь, повышение качества жизни населения, достижение экономического роста, развитие фундаментальной науки, образования, культуры, обеспечение обороны и безопасности страны путем объединения усилий государства и предпринимательского сектора экономики на основе взаимовыгодного партнерства [2].

Основные направления государственной политики в области формирования и развития НИС: создание благоприятной для инновационной деятельности институционально-правовой среды; перестройка действующих структурно-функциональных блоков НИС (научного сектора, сферы образования, производственных комплексов), повышения их интегрированности и эффективности в рыночных условиях; формирование инновационной инфраструктуры; развитие инновационного предпринимательства; развитие финансовой инфраструктуры; создание мотивационного механизма инновационной деятельности; развитие институтов использования и защиты прав интеллектуальной собственности, системы государственной поддержки коммерциализации результатов интеллектуальной деятельности; подготовка кадров для инновационной деятельности; модернизация экономики на основе технологических инноваций. Экономическая ситуация, которая сложилась в стране, открывает ряд возможностей для инноваций, разработка и внедрение которых позволит не только повысить конкурентоспособность отечественных товаров, но и имидж государства, а также обеспечить устойчивость экономического роста.

Список литературы

1. Государственный комитет по науке и технологиям Республики Беларусь. [Электронный ресурс] / Режим доступа: www.gknt.org.by. Дата доступа: 11.06.2019.

2. Капорцева, О.Н. Проблема реализации инновационной политики РБ в современных условиях / О.Н. Капорцева // Новая экономика. -2009. -№ 11-12.

УДК 339.9:305-055.2

Курченко Л.М., к.ф.н., МБА, доцент,
ДНВЗ «Київський національний
економічний університет імені Вадима Гетьмана»

ЖІНОЧЕ ЦИФРОВЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО У СВІТОВІЙ ТОРГІВЛІ: СУЧАСНИЙ СТАН І ПРОГНОЗ РОЗВИТКУ

Одним із магістральних трендів розвитку світового господарства є дигіталізація економіки і пов'язане з нею руйнування фізичних та інституційних бар'єрів на шляху розвитку міжнародної торгівлі. Цифрова революція дає підприємливим жінкам унікальний шанс вигідного позиціонування власного бізнесу на внутрішньому і зовнішньому ринку в обхід штучних бюрократичних перешкод. Міжнародні торгові та економічні організації, як-от ОЕСР, СОТ, Міжнародний торговий центр (МТЦ), UNCTAD, а також уряди багатьох країн і деякі транснаціональні корпорації високо оцінюють потенціал розвитку жіночого бізнесу в міжнародній торгівлі і створюють спеціальні програми його стимулювання. Про ці можливості корисно знати представницям української економічної науки та бізнесу.

Однією з переваг цифрової економіки є суттєва економія часу: інтернет і мобільні технології скорочують час на отримання послуги і дозволяють оптимізувати домашню працю або знайти їй доступні замінники. Дигіталізація прискорює бізнес-процеси: реєстрація бізнесу, отримання довідок і консультацій, надання звітності, доступ до фінансів, сплата податків, маркетингова інформація і реклама, здійснення закупівель і продажів – все це доступно в онлайн-режимі. Економія часу, гнучкість графіку і можливість поєднувати роботу з сімейними обов'язками є вирішальними аргументами для багатьох жінок, які раніше не наважувалися відкрити власний бізнес. За даними McKinsey Global Institute (МГІ), жінки на сьогоднішній день виконують три чверті всієї неоплачуваної праці по догляду, виробляючи обсяг продуктів і послуг загальною вартістю 10 більйонів доларів, або 13% світового ВВП, – які, однак, не трансформуються в дохід і тим більше – в економічну владу [3]. Електронний бізнес надає жінкам необхідну автономію і гнучкість, які дозволяють ефективно поєднувати оплачувану працю з домашніми обов'язками навіть в умовах патріархатного суспільства. Так, в Індонезії жінки генерують 35% доходів електронної комерції і лише 15% доходів традиційної комерції. У Китаї жінки є засновницями 55% Інтернет-компаній, а власники магазинів, які працюють на електронному торговому майданчику

Taobao/Alibaba, представлені порівну жінками і чоловіками. Найбільш промовиста статистика гендерного прориву в Китаї полягає у тому, що із 147 селф-мейд мільярдерок світу 114 є китаянками, за ними з величезним відривом слідують підприємниці США, представлені лише 14 мільярдерками [там же]. На цьому тлі варті уваги рекомендації засновниці китайської компанії Yojo (1999 р.), яка поклала початок епосі B2C в інтернеті. Даяна Вонг твердить, що цифрова економіка знижує бар'єр входження у міжнародний бізнес для малих і середніх підприємств, а для жінок являє собою, можливо, найбільший шанс в історії. Щоб протистояти викликам цифрової революції, Д. Вонг пропонує такі кроки, як розвиток двосторонніх зв'язків у міжнародній е-комерції, заохочення малих підприємств до міжнародної торгівлі, розвиток цифрових навичок і розбудова жіночих мереж, як-от APEC Women Connect [7].

Встановлено, що присутність жінок у менеджменті компаній позитивно впливає на прибутковість бізнесу. МГІ провів діахронічне дослідження «Чому різноманітність має значення» на матеріалі 1000 компаній з 12 країн і встановив, що компанії з першого квартилю (з найбільшою представленістю жінок у керівництві) демонструють значно більшу вірогідність мати доходи вище середнього, ніж компанії з останнього квартилю (з найменщою представленістю жінок у керівництві). Значення присутності жінок у керівництві з часом зростає: у 2014 році різниця дохідності між першим і останнім квартилем складала 15%, у 2017 – вже 21%. Вигода від залучення жінок до управління полягає не лише у понаднормовій прибутковості, але й у довгостроковій економічній стабільності та прискореному розвитку компанії [2]. За даними МТЦ, засновані жінками компанії-експортери в США платять заробітну плату в 1,6 разів вищу, ніж неекспортуючі жіночі компанії; їхня ефективність вища у 3,5 разів; вони наймають у середньому 42 працівники в порівнянні з лише 8 працівниками в неекспортуючих жіночих бізнесах; жіноча компанія-експортер в середньому генерує продажі на суму 16,3 млн. дол. США на рік, а неекспортер – менш ніж 0,9 дол. США [5].

За розрахунками Zion Market Research, обсяг ринку міжнародної електронної торгівлі B2C у 2018 р. складав 562,1 млрд. долл. США. До 2027 року його обсяг має досягти 4856,1 млрд. долл. США при сукупному середньорічному темпі росту 27,4% у період з 2019 по 2027 р. [4]. Згідно з дослідженням міжнародної консалтингової фірми Accenture та AliResearch, за аналогічних темпів зростання обсяги міжнародної е-торгівлі B2C досягнуть відмітки 1 більйон доларів США вже у 2020 р. (пор. 230 млрд. дол. у 2014 р.), причому міжнародна

інтернет-торгівля зростатиме вдвічі швидше, ніж внутрішня. До 2020 р. вона вже складатиме майже третину світового обсягу е-комерції, а на міжнародному інтернет-ринку здійснюватимуть купівлю понад 900 млн. приватних клієнтів. [Report] Якщо виходити з того, що на 2019 рік гендерний розрив у підприємництві складає 30% (на 10 підприємців чоловічої статі припадає 7 підприємців жіночої статі) [1, с.11], то за умови досягнення гендерного балансу обсяги міжнародної е-торгівлі могли б зрости на додаткових 300 млрд. доларів США вже у 2020 р., а до 2027 додатковий приріст обсягу ринку міг би скласти майже 1,5 більйони доларів.

Усі наведені цифри і факти свідчать про те, що жіноче цифрове підприємництво у міжнародній торгівлі є потужним акселератором економічного розвитку і створює унікальні можливості для досягнення гендерного балансу в економічній сфері. Слід наголосити на важливості впровадження в Україні гендерно дизагрегованої статистики в секторі дигіталізації і міжнародної торгівлі, для того щоб приймати інформовані рішення щодо ліквідації гендерного розриву в цій царині та впроваджувати політику гендерної рівності, засновану на доведених фактах. Участь у гендерних проектах міжнародних торгівельних організацій, співпраця з феміністично налаштованими урядами (Швеція, Канада, Австралія тощо) і розвиток міжнародної мережі підприємниць здатні забезпечити прорив українського жіночого підприємництва у світовій інтернет-торгівлі.

1. Bosma N. Global Entrepreneurship Monitor: 2018/2019 Global Report [Електронний ресурс] / N. Bosma, D. Kelley. – 2019. – Режим доступу до ресурсу: https://www.gemconsortium.org/report.

2. Delivering through diversity [Електронний ресурс] / V.Hunt, L. Yee, S. Prince, S. Dixon-Fyle // McKinsey. – 2018. – Режим доступу: https://www.mckinsey.com/business-functions/organization/our-insights/delivering-through-diversity

3. Devillard S. A woman's place is in the digital revolution [Електронний ресурс] / S. Devillard, A. Madgavkar // Project Syndicate. – 2018. – Режим доступу: https://www.mckinsey.com/mgi/overview/in-the-news/a-womans-place-is-in-the-digital-revolution.

4. Global Cross-Border B2C E-Commerce Market Will Reach Over USD 4,856.1 Billion By 2027 // Zion Market Research. – 2019. – Режим доступу: https://www.globenewswire.com/news-release/2019/08/20/1904132/0/en/Global-Cross-Border-B2C-E-Commerce-Market-Will-Reach-Over-USD-4-856-1-Billion-By-2027-Zion-Market-Research.html

5. Kyger L. Should women have their own provisions in free trade agreements? [Електронний ресурс] / Lauren Kyger // Tradevistas – 2019. – Режим доступу: https://tradevistas.org/should-women-have-own-provisions-free-trade-agreements/

6. Report: Cross-border E-commerce to Reach $1 Trillion in 2020 [Електронний ресурс]. – https://smallbusiness.yahoo.com/advisor/post/121605721332/a-report-from-accenture-and-alibaba-groups-aliresearch

7. Wang D. China's booming digital economy: a role for women entrepreneurs [Електронний ресурс] / Diana Wang. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: https://www.linkedin.com/pulse/chinas-booming-digital-economy-role-women-diane-wang/.

УДК 336.011

Малиш Н.В., курсант
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

МУЛЬТИПЛІКАЦІЯ ІННОВАЦІЇ У ФІНАНСОВІЙ СИСТЕМІ: ФІНАНСОВИЙ ІНЖИНІРИНГ

На сучасному етапі фінансові системи характеризуються дисбалансом економічних процесів, який супроводжується низькою ліквідністю фінансових інструментів, підвищеним ризиком інвестицій, дефіцитом боргового фінансування та волантильністю ринків, що потребує застосування інструментів, які забезпечували б підвищенні вимог щодо дохідності, ліквідності, управління ризиками та структурування грошових потоків. Вирішенню означених проблем сприяє використання фінансового інжинірингу, який є домінуючим напрямом модернізації глобальних фінансових ринків.

Дослідження утності фінансового інжинірингу, визначення його дієвих механізмів, доцільно проводити через призму сфер фінансової системи.

Розробкою концепції банківського фінансового інжинірингу займалися вчені Ю. Масленченков [1, с. 214], О.Ковальов [2, с.16], які зазначали, що фінансовий інжиніринг - фінансове забезпечення клієнта з використанням різних банківських продуктів, у тому числі власних технологій і інструментів, що являє собою процес проектування, розробки та практичної реалізації конкурентоспроможних інноваційних через використання методів системного підходу [3, с. 21].

Отже, зміст фінансового інжинірингу у банківській сфері полягає у створенні інноваційних банківських продуктів і послуг, які застосовуються банками для перерозподілу фінансових ресурсів, ризиків, ліквідності, прибутковості та інформації відповідно з власними інтересами, специфічними потребами контрагентів і змінами в макро - і мікросередовищі банку.

До банківських продуктів, які утворюються в результаті фінансового інжинірингу відносяться [4, с.18]:

- з метою управління терміном обігу цінних паперів застосовуються опціони, які надають право інвестору достроково погасити цінний папір, а емітенту – право викупу інструменту (опціон може бути реалізовано як на певну дату/період часу, незалежно від ринкової кон'юнктури, так й при настанні певних умов, зокрема, досягнення певного рівня прибутковості);

- з метою управління ризиками (прибутковістю) використовують опціони, ф'ючерси та свопи;

- сегментування ринку цінних паперів, яке залежить, по-перше, від методів фінансового інжинірингу, які застосовуються, а по-друге, від базисного активу похідного фінансового інструменту. Створення пакетних продуктів орієнтоване на більш професійних і підготовлених інвесторів, яким надається можливість самостійного вибору інструментів хеджування ризиків. Вибір же базисного активу дозволяє орієнтуватися на тих інвесторів, грошові потоки яких залежать від ситуації на ринку цього активу: наприклад індексація відповідно до зміни цін на нафту приваблива для компаній, що здійснюють закупівлі цієї сировини.

Отже, застосування фінансового інжинірингу на ринку похідних цінних паперів націлене на конструювання таких фінансових інструментів, які забезпечували максимальний захист від ризиків та надавали можливості для отримання додаткових прибутків.

Концепції призначення фінансового інжинірингу для обслуговування потреб ринки цінних паперів, досліджував Ю. Капелинський, який стверджував, що останній - конструювання фінансових інструментів та технологій для управління портфелем цінних паперів, та який адаптує існуючі фінансові інструменти та створює нові, щоб дозволити суб'єктам фінансового ринку більш ефективно пристосуватися до навколишнього середовища, що змінюється [5, с. 68].

Фінансовий інжиніринг на строковому ринку деривативів найбільш повно визначив Аюпов, який зазначив, що фінансовий інжиніринг відповідного напряму являє собою комбінування і декомпозицію

існуючого стандартного деривативу, з метою створення нового фінансового продукту, що дозволяє задовольнити різні потреби економічних суб'єктів, які пов’язані з пошуком додаткових джерел фінансування, оптимального хеджування ризиків, шляхом розробки і застосування інноваційних рішень при визначенні параметрів інструменту [2, с. 28].

Варіювання видів деривативів, їх базисних активів при застосуванні методів фінансового інжинірингу, дозволяє управляти різними параметрами цінних паперів [4, с.364]: з метою управління терміном обігу цінних паперів застосовуються опціони; з метою управління ризиками (прибутковістю) використовують опціони, ф’ючерси та свопи.

Фінансовий інжиніринг не обмежується тільки сферами фінансової системи, адже, управління фінансами на основі його розкриває необмежені можливості для всіх ланок, починаючи з формування державних фінансів, закінчуючи розподілом фінансів домогосподарств. Таким чином, перелічені фактори ототожнюють стимули для подальшого розвитку фінансового інжинірингу як окремого напряму фінансової науки.

Список літератури:

1. Абакуменко О. В. Сутність та механізм фінансового інжинірингу. *Актуальні проблеми економіки*. 2007. № 1 (67). С. 125-130.

2. Аюпов А.А. Конструирование и реализация инновационных финансовых продуктов. М.: NOTA BENE, 2007. 220 с.

3. Горобінська І.В. Фінансовий інжиніринг як інструмент державного регулювання відтворювальних процесів в транспортній галузі. *Управління проектами, системний аналіз і логістика*. 2012.Вип.10. С. 57 – 65.

4. Ефремов В. А. Проектирование системы финансового инжиниринга долговых инструментов. *Современные техника и технологии*. 2008.№ 10. с. 364 – 365.

5. Иванова О. В. Банковские инновации и направления их развития в Российской Федерации: дис. ... канд. экон. Наук.Кубанский государственный университет. 2011. Краснодар. - 188 с.

УДК338.46

Микитюк В.И., студентка
Сушко О.В., студентка
Брестский государственный технический университет

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ СЛУГ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

Проникать на другие рынки с услугами гораздо сложнее, чем с товарами. Установление контроля над новейшими сферами услуг в области банковского дела, телекоммуникаций, информации и другими ключевыми услугами, посредством которых осуществляется управление современным производством, может представлять угрозу национальному суверенитету, именно поэтому все страны разрабатывают меры регулирования сферы услуг.

Выделяют 6 основных направлений национального регулирования.

1. Меры по ограничению операций с иностранной валютой в целях улучшения состояния платежного баланса страны: определенные правила обмены валюты, ограничение сумм, вывозимых за границу, отсрочка платежей в иностранной валюте.

2. Система государственных закупок, направленная на расширение потребления услуг национального производства – транспорт, связь и т. д.

3. Правительственное стимулирование развития национальных отраслей услуг путем предоставления льгот в целях повышения их конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынке – субсидии, льготные кредиты, льготное налогообложение. Это может быть морской и авиационный транспорт, кинопромышленность и т. д. Например, использование национального тоннажа часто стимулируется предоставлением грузоотправителю налоговых и таможенных льгот; в договорах, заключаемых на государственном уровне, может присутствовать требование обязательной доставки грузов национальным транспортом.

4. Меры, ограничивающие прямые иностранные капиталовложения в интересах укрепления национальных отраслей экономики, в том числе определенных отраслей услуг – страхование, банковское дело, реклама, бухгалтерский учет, кинопрокат и т. д.

5. Ограничения по найму иностранных граждан иностранными фирмами. Законодательства ряда стран, регулирующие деятельность банков и страховых фирм, часто содержат оговорку о том, что руководящие посты в иностранных фирмах должны занимать граждане

принимающей страны.

6. Дифференцированное налогообложение иностранных предприятий. Филиалы иностранных фирм могут облагаться более высокими налогами, чем местные предприятия.

Рынок основан на системе экономических стимулов и санкций, которые исходят не от некоторого его руководящего органа, а от самого потребителя. Потребитель «голосует» своим рублем за и против данного товара, тем самым признавая или отрицая общественную значимость заключенного в нем труда. Рынок, как свидетельствует мировая практика, оказался наиболее гибкой и эффективной экономической системой, способной перестраиваться, приспосабливаться к изменяющимся внутренним и внешним условиям. Он представляет собой способ взаимодействия производителей и потребителей, основанный на децентрализованном, безличностном механизме ценовых сигналов.[1]

Рынок имеет преимущества, которые состоят в следующем:

- рынок играет важнейшую положительную роль в структуре экономики, а также обеспечивает своим субъектам реальную свободу;
- рынок формирует «экономического человека», а не «административного», лишенного всякой инициативы человека;
- рынок создает постоянно действующие стимулы для повышения эффективности производства;
- рынок устанавливает строгую зависимость между реальным вкладом в создание продукта труда и размером получаемого дохода;
- рынок – это саморегулирующаяся система, способная удовлетворять потребности во благах и услугах на более высоком уровне;
- рынок базируется на принципе экономической целесообразности, производства (достижении максимальных результатов при минимальных затратах);
- рынок гарантирует общественную оценку результатов труда обособленных производителей.

Недостатки рынка:

- не обеспечены правовые и общественные институты;
- отсутствие гарантий права на труд и доход;
- незаинтересованность в создании и развитии общественных товаров (все виды транспорта, просвещение);
- не способствует сохранности невоспроизводимых ресурсов, принадлежащих обществу;
- не в состоянии обеспечить стратегические задачи в области науки и техники;

- отсутствие механизма защиты окружающей среды.

Таким образом, рынок сферы услуг имеет свои определенные особенности по сравнению с рынков товаров, но при этом его функции аналогичны функциям любого рынка.

Рыночные преобразования в сфере услуг сопровождаются переходом ряда традиционно бесплатных услуг в разряд оплачиваемых или с точки зрения макроэкономической терминологии – нерыночных услуг в рыночные. Это явление распространено в сфере здравоохранения, физической культуры и социального обеспечения, образования, культуры и искусства, жилищно-коммунального хозяйства.

Объем потребления населением нерыночных услуг в стоимостном выражении характеризует расходы на конечное потребление государственных учреждений и некоммерческих организаций, оказывающих эти услуги.

На протяжении двух последних десятилетий сфера услуг является одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики

Ускоренная динамика производства услуг в большинстве стран мира определялась, прежде всего, увеличением объемов их промежуточного и конечного потребления. В результате в мировой экономике наблюдался постоянный рост доли сферы услуг в совокупном ВВП.[2]

Услуги являются второй составной частью счета текущих операций после товаров.

Международная торговля услугами тесно взаимосвязана с процессом их производства, поскольку сам процесс производства услуг подразумевает участие обеих сторон – резидента и нерезидента.

Список используемых источников

1. Савицкая Г.Я. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: учеб. пособие для вузов / Г.Я. Савицкая. – Мн.: Амалфея, 2007. – 800 с.

2. Экономика предприятия: учебное пособие / Э.В. Крум [и др.]; под общ. ред. Э.В. Крум, Т.В. Елецких. – Минск: Выш. шк., 2008. – 318 с.

УДК 336

Мишкова М.П., ст. преподаватель
Брестский государственный технический университет

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОЦЕССЫ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Стремительный рост фрагментации звеньев цепочки является одной из особенностей развития глобальных цепочек создания добавленной стоимости на современном этапе. Фрагментация производства – это растущая специализация компании в цепочке добавленной стоимости в определенной отрасли или для определенной продукции. Каждое звено цепочки обладает разными техническими возможностями и ресурсами, в следствии чего структура компании становится более неоднородной, что и приводит к дифференциации эффекта масштаба. Степень фрагментации глобальных цепочек создания добавленной стоимости зависит как от географического расстояния между странами, так и от отрасли, в которой она функционирует. Глобальные цепочки легкой промышленности, к примеру, характеризуются невысокой международной фрагментацией. Еще в 70–80-х гг. производственные процессы данной группы товаров претерпели значительную фрагментацию, когда наиболее развитые азиатские страны – Япония, Южная Корея и Тайвань, а затем другие страны Запада – начали выносить производство в другие развивающиеся азиатские страны. Фрагментация данных цепочек ускорилась также и благодаря введению экспортно-импортных квот, установленных в 1974 году в «Соглашении по изделиям из различных видов волокон» (Multi Fiber Agreement), что в свою очередь привело к расширению списка стран-производителей текстильной продукции. Такое соглашение – это договоренность, которую использовали развитые страны при заключении двусторонних соглашений о торговле текстилем и одеждой с развивающимися государствами и которая предусматривала жесткое установление квот и раздел рынка этой продукции. Впоследствии, чтобы не нарушать принципы всемирной торговой организации и свободной торговли, во время Уругвайского раунда переговоров было принято решение о принятии к 2005 г. «Соглашения по Текстилю и Одежде». Китай одним из первых воспользовался снятием ограничений, после чего экспорт текстильной продукции возрос с 11 млн шт. в 1995 г. до 213 млн шт. в 2004 г. За последние 15 лет Китай прошел путь от второстепенного игрока компьютерной индустрии до крупнейшего производителя аппаратуры. Объем производства аппаратных средств в Китае вырос с

645 миллионов долларов в 1990 г. до 81 миллиарда в 2004 г. С 2000 г. объем производства компьютерной аппаратуры в Китае утроился, в то время как в других странах - сократился, например, в США сокращение производства составило 30%.

Этот процесс сопровождается созданием внутри Китая широкого и глубокого канала поставок, который обеспечивает многие комплектующие и компоненты, используемые в компьютерной индустрии. В 2004 г. китайская компания Lenovo купила бизнес по производству персональных компьютеров у компании IBM, которая создала массовый рынок персональных компьютеров и сформировала производственный стандарт. 10 лет назад было бы невозможно даже вообразить такое развитие событий[1].

Перемещение производства в регионы с более дешевой рабочей силой происходит в течение десятилетий, и становление Китая лидирующим производителем компьютерной аппаратуры является всего лишь новым этапом этого процесса глобализации. Сокращение трудоемкого производства типично для таких стран, как США и даже Тайвань, двигающихся к постиндустриальной экономике. Хотя эти сдвиги являются разрушительными, они сопровождаются созданием более наукоемких производств и их включением в мировую рыночную систему. Еще в 1998 г. в одном из аналитических обзоров глобализации в компьютерной индустрии отмечалось, что американским производителям компьютеров партнерство с азиатско-тихоокеанскими поставщиками стратегически выгодно для сохранения конкурентных преимуществ как внутри страны, так и за ее пределами. [2]. Сокращение числа рабочих мест на предприятиях по производству компьютеров компенсировалось созданием новых рабочих мест в областях исследования и разработки, проектирования продуктов и IT-услуг.

Наряду с КНР Индия, Вьетнам и Пакистан стали основными странами, которые получили наибольший выигрыш от отмены квот, в отличие от мелких производителей с высокими издержками в странах Южной Африки, Камбодже, Бангладеш и др. Поэтому производственная деятельность глобальной цепочки создания добавленной стоимости текстильной промышленности сосредоточена в ограниченном количестве стран, причем многие из них участвуют в нескольких стадиях цепочки, например, расширяя производство хлопка и другого необходимого сырья, о чем и свидетельствует низкая международная фрагментация отрасли. В глобальных цепочках легкой промышленности доминируют розничные сети, к примеру Walmart, JCPenney, которые реализуют продукцию конечному потребителю и продвигают собственные торговые марки, и компании, управляющие

международными брендами, такими как Nike, Disney, осуществляющие дизайн, разработку и маркетинг. Из-за близости к конечному потребителю, компании являются независимыми от конкретных производств, развивая «незаводское производство товаров» и сосредотачивая свои усилия на звеньях с более высокой добавленной стоимостью. В итоге крупнейшие ритейлеры и обладатели мировых торговых марок создали собственные глобальные цепочки создания добавленной стоимости, регулируемые покупателями, способствовали стремительному росту развивающихся экономик в Азии, Латинской Америке и Африке. Фрагментация этиъ цепочек легкой промышленности происходила посредством прямого размещения заказов у компаний в развивающихся странах или через международных посредников глобальных компаний, а также косвенным путем – через давление на крупных поставщиков, вынуждающее их снижать цены и переносить производство в страны с более низкими производственными издержками и благоприятным деловым климатом. Например, закупки компании Walmart в Китае выросли в три раза (с 9 до 27 млрд долл. США), и в 2011 г. на данную торговую сеть приходилось около 1/10 всего американского импорта из Китая, а 70 % всех товаров поступало в магазины Walmart именно из КНР, где находилось 80 % поставщиков компании.

Таким образом, степень фрагментации глобальных цепочек в экономическом аспекте легкой промышленности объясняется сложным взаимодействием различных факторов: уменьшением торговых и транспортных издержек и расходов на координацию звеньев на основе оффшоринговых договоров, низкими затратами в трудонасыщенных странах, а также относительным снижением цен на материалы и сопутствующие услуги [3].

Список использованной литературы

1. Административное право зарубежных стран: учебник / под ред. А. Н. Козырина и М. А. Штатиной. М.: Спарк, 2015. 256 с.

2. Афанасенко, И.Д., Логистика снабжения. Учебник для вузов/ — Минск: БГТУ, 2017. — 323 с.

3. Микулич Л.Б. Закупочная логистика / — Москва: ИНФРА, 2017. — 356 с.

УДК 336.1

Нагорнюк Ю.С., магістрант, гр. ЗФБС-18м, ФБСО
Державний університет «Житомирська політехніка»

ФІНАНСУВАННЯ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ

У сучасних умовах агропромисловий комплекс залишається одним із найважливіших секторів економіки. Стабільний розвиток аграрних підприємств гарантує продовольчу безпеку держави, сприяє перетворенню аграрного сектору на високоефективний та конкурентоспроможний сектор економіки на внутрішньому та зовнішньому ринках, формує ефективний ресурс зовнішньоекономічної діяльності, створює надійне джерело бюджетних надходжень і потужний виробничо-економічний потенціал для розвитку сільських територій та економіки держави загалом. Фінансове забезпечення сільськогосподарських підприємств передбачає використання всіх можливих джерел формування фінансових ресурсів. Підґрунтям цього виступає органічне поєднання джерел, форм та методів фінансування.

Для забезпечення безперебійної діяльності сільськогосподарського підприємства необхідним є забезпечення декількох альтернативних джерел фінансування, які не виключають одне одного та можуть бути використані одночасно. Організація формування структури джерел фінансового забезпечення являє собою суперечливий процес, який залежить від багатьох чинників, серед яких ритмічність та своєчасність надходжень коштів у певний відрізок часу, напрями розвитку на перспективу, фінансовий стан, склад та структура ринку, доцільність інвестування діяльності в майбутньому. Власні джерела фінансового забезпечення відіграють важливу роль в організації кругообороту грошових засобів, що забезпечує майнову й оперативну самостійність, фінансову стійкість підприємства. Слід зазначити, що власні джерела є найбільш прийнятними для сільськогосподарських підприємств. Але, зважаючи на скрутне фінансове становище більшості підприємств на даний відрізок часу, їх власні джерела є обмеженими і недостатніми для забезпечення ефективного процесу господарювання.

В силу підвищеної чутливості до впливу різного роду негативних чинників нестабільності, сільське господарство потребує певної державної підтримки. Таким чином, одним із чинників успішного розвитку сільського господарства є державна підтримка (її ефективна реалізація сприяє прискоренню темпів зростання обсягів сільськогосподарського виробництва та підвищенню конкурентоспроможності галузі).

Державна бюджетна підтримка є основним напрямом державного регулювання сільського господарства. Вона дозволяє істотно пом'якшити наслідки нееквівалентності в товарообміні сільського господарства з іншими галузями економіки, забезпечити ефективне функціонування сільськогосподарського виробництва України в цілому. Станом на 02.11.2018 виконавцям бюджетних програм згідно річного розпису асигнувань загального фонду Державного бюджету України спрямовано 7 212,1 млн грн, з них за основними програмами підтримки розвитку АПК – 2 138 208,1 тис грн.

Незважаючи на зазначену державну допомогу, надзвичайно високі відсоткові ставки та низький рівень технічного забезпечення сільськогосподарських підприємств, останні змушені винаймати сторонні організації для повного або часткового забезпечення комплексу польових робіт та оплачувати їх послуги або після реалізації сільськогосподарської продукції та/або безпосередньо шляхом передачі зернових культур фактично за собівартістю.

Законом України «Про Державний бюджет України на 2018 рік» Мінагрополітики було передбачено видатки за програмою 2801030 «Фінансова підтримка заходів в агропромисловому комплексі шляхом здешевлення кредитів» в сумі 328 млн. гривень. У 2018 році, із передбачених планових асигнувань (328 млн. грн.), Мінагрополітики, через органи Державної казначейської служби, спрямовано до областей бюджетні кошти в сумі 322,9 млн. грн., які фактично використано. Залишок невикористаних коштів склав 5,1 млн. гривень. Використання бюджетних коштів не в повному обсязі пояснюється, головним чином, недоліками в організації роботи деяких обласних конкурсних комісій.

У сучасних умовах функціонування сільськогосподарських підприємств неможливе без залучення кредитних ресурсів, оскільки сільське господарство є кредитомісткою галуззю. Сільськогосподарські підприємства все більше потребують залучення довгострокових фінансових ресурсів для оновлення техніки, будівництва нових об'єктів, упровадження інноваційних технологій. Через високу ризикованість цього бізнесу, низьку кредитоспроможність підприємств, низьку якість і ліквідність застави, яку підприємства можуть запропонувати банкам, відсутність механізмів іпотечного кредитування в галузі, а також через недосконалість законодавчих механізмів отримати ці кредити буває досить проблематично. Як відомо, аграрний сектор є однією з головних складових частин економіки України. Стан галузі сільського господарства передусім залежить від обсягів коштів, вкладених в його розвиток.

Проблемою в кредитному забезпеченні аграрних підприємств є

неврахування специфіки і особливостей аграрного сектора, нестабільна фінансова підтримка держави, яка не забезпечує належного доступу сільськогосподарських товаровиробників до ринку фінансових ресурсів, недостатність кредитування аграрних підприємств іншими кредитними структурами, в першу чергу комерційними банками України, які повинні відігравати вагому роль у мікрокредитуванні таких підприємств. В умовах ринку для поліпшення кредитного забезпечення необхідно створити адекватну ринкову кредитну інфраструктуру з обслуговування сільського господарства. Вважаємо, що до кредитної інфраструктури повинні входити не тільки нині чинні комерційні банки, але й кредитні спілки, кредитні кооперативи. На сучасному етапі важливе значення має як державна фінансово-кредитна система пільгового кредитування сільськогосподарських товаровиробників, так і створення умов, які б стимулювали залучення в аграрний сектор коштів комерційних банків.

Перед сільськогосподарськими підприємствами постає велика кількість важливих питань, вирішення яких є необхідною, але недостатньою умовою розвитку виробництва. Необхідно звернути увагу на те, що жоден із вищезазначених шляхів фінансового забезпечення не може спрацювати сам. Лише постійна взаємодія різноманітних форм та джерел фінансування й державної підтримки дадуть можливість якісних зрушень у аграрній сфері.

Проведений аналіз дає підстави стверджувати, що інвестиційний клімат для АПК є сприятливим, але ризики для інвесторів залишаються високими. Поліпшити ситуацію може лише вдосконалення законодавства з питань аграрної політики, регулювання кредитних операцій, раціонального розподілу коштів, їх ефективного використання і вчасного повернення боргу та відповідна політика держави.

Список використаної літератури

1. Загурський О. Проблеми фінансування підприємств аграрного сектору та шляхи їх подолання: монографія. Київ, 2015. 54 с.

2. Державна підтримка АПК-2018. *Баланс* : веб-сайт. URL: https://balance.ua (дата звернення: 12.10.2019).

3. Стан фінансування агропромислового комплексу у 2018 році. *Інформаційно-аналітичний портал АПК України* : веб-сайт. URL: https://minagro.gov.ua(дата звернення: 12.10.2019).

УДК 331.101.26

Насуллоджонова Ш.А., старший преподаватель кафедры менеджмента
Таджикского государственного университета права бизнеса и политики

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В РЕГИОНЕ

Современное экономическое развитие все в большей степени связывается с включением в качестве основной движущей силы хозяйственного прогресса человеческого фактора. Для отдельных стран и регионов человеческие ресурсы стали играть определяющую роль в повышении их конкурентоспособности, в обеспечении улучшения количественных и качественных характеристик функционирования.

Следует отметит, что согласно концепции экономики знаний, в среде экономики знаний (инновационная экономика, экономика основанной на знаниях, информационное общество) рост удельного веса сферы услуг в формировании ВНП отражает процесс увеличения удельного веса неограниченных ресурсов – знаний в формировании ВНП. Последний подразумевает непрерывный рост объемов затрат на науку, высшее образование, здравоохранение, ИКТ, консультативные, финансовые и иные высокотехнологические и наукоемкие услуги. Если эта тенденция не имеет место, то рост сферы услуг в формировании ВНП будет происходит за счет возрастания объемов услуг в сферах человеческой деятельности «обогащающий, специализирующий деятельность экономически активного населения» в формировании ВНП, приводит при прочих равных условиях к тому, что каждый занимается своим делом, для создания максимума благоприятных условий для «креативной, высоко-профессиональной и высокоинтеллектуальной части населения» чтобы они не тратили свое драгоценное время для выполнения рутинной, малоквалифицированной работы, производительность которой в разы ниже производительности их труда. [ ]

Когда этот процесс сопровождается интенсивным возрастанием и углублением научно-исследовательскими, опытно-конструкторскими, внедренческими операциями, то сфера услуг будет оказывать на сферу реального сектора прямо – через разработки и внедрения новой техники, технологии, новой или усовершенствованной продукции, как это наблюдается в индустриально-развитых, и постиндустриальных странах. Резюмируя следует заметит, что эффективность сферы услуг

определяется через эффективность реального сектора.

Таблица 1

Численность экономически активного населения, занятого в экономики, тысяч чел.

Наименование показателей	**I**	**II**	**I**	**II**	**I**	**II**	**I**	**II**
	2010		**2013**		**2014**		**2017**	
Численность экономически активного населения Согдийской области	398,7	212,6	393,9	218,0	401,5	218,3	401,9	206,2
занятие в реальном секторе	270,4	96,7	258,2	97,0	261,7	95,1	254,5	76,5
занятие в секторе услуг	128,3	115,9	135,7	121,0	139,8	123,2	147,4	129,7
Примечение: I. Экономически активное население II. в том числе занятие в экономики								

Рассчитано по: «Таджикистан: 20 лет государственной независимости», статистический сборник Согдийской области: Худжанд, АСПРТ - 2011 - С.247,283; Статистический сборник Согдийской области Республики Таджикистан // Статистический сборник. - Худжанд, АСПРТ, 2018. - С.182.

Из таблицы 1 можно видит, что отношение экономически активного населения к численности занятых в экономике имеют главным образом три тенденции: удельный вес занятых в экономике от общего числа экономически активного населения в регионе сокращается, это свидетельствует о том, что численность экономически активного населения возрастает быстрее чем занятых в экономике.

Оценка эффективности использования человеческого капитала региона должна строится на соблюдении особых требований к использованию человеческого капитала: [3, 109]

– трудоустройство по специальности, соответствие между полученной специальностью и направлением трудоустройства;

– эффективное использование передовых производственных технологий, постоянное их совершенствование;

– улучшение качества выполняемых работ за счет интенсификации труда и применения современных технологий;

– гибкая система оплаты труда работников, соотнесенная с увеличением производительности труда и качеством рабочей силы в целом.

Первое требование предполагает обеспечение каждого специалиста

работой в соответствии с уровнем его подготовки и квалификации, для того чтобы он мог принести «больше пользы обществу» и соответственно получать вознаграждение не только соответствующие его вкладу в копилку общества (учреждение, предприятия, других институтов) но и создавать возможности удовлетворения материальных и духовных потребностей носителя человеческого капитала, и главное создание мотивации окружающим, для осознании того, что только высокий профессионализм и стремление внести как можно большего вклада в общее дело может быть вознаграждено обществом многократно. [4, 87] Этот пункт предполагает не только трудоустройства носителя человеческого капитала в соответствии с его «профессиональными» человеческими качествами на достижение целей субъектов хозяйствования в силу оптимальной обеспеченности последних специалистами высокой квалификации, мотивированных на непроизвольное повышение производительности труда. Согласно логике исследования, этот пункт подразумевает наличие эффективно функционирующей системы подготовки, переподготовки, распределение, перераспределение и мотивации труда совокупного работника, которое возможно при сопровождении данного процесса – долгосрочным прогнозированием, организации подготовки и обеспечения потребностей национального, регионального и муниципального образования в специалистах различного уровня подготовки.

Данный подпункт требований подразумевает наличие высокой адаптированности потенциала системы формального и неформального образования в стране, включая институтов после вузовского обучения к интенсивно меняющимся свойствам потребностей экономики в специалистах с высшим, послевузовском и средне специальным образованием.

Второй пункт требований к эффективному использованию человеческого капитала акцентирует внимания исследователей к тому, что эффективность использования человеческого капитала определяется исходя из степени использования «передовых производственных технологий, постоянное их совершенствование», что равносильно обеспечению высокой конкурентоспособности производства путем интенсивного внедрения инновации, начкой организации труда и прогрессивных методов управления, гармонически соответствующие целям, задачам и уровню развития экономики. [3, 106]

На практике, если отмеченные требования не выполняется или, выполняется частично, то это свидетельствует о наличии совокупности

нерешенных проблем в формировании и использовании человеческого капитала, к которому предъявляется следующие требования: [3, 110]

– адаптивность к постоянным изменениям в научно-технической сфере, экономической системе;

– способность и готовность к повышению профессионального уровня, к переобучению и непрерывному образованию; наличие системы стимулов для повышения профессионального уровня;

– креативность и предприимчивость; наличие системы стимулирования инновационной активности населения.

Первое требование, будучи краеугольными указывает на то, что человеческий капитал муниципального образования в целом должна иметь способность своевременно адаптироваться к изменениям в научно-технической сфере и экономической системе. Конечно, если первое определял настоятельную необходимость опережающего развития науки, образования и инновационных начал в сфере производства и услуг, то адаптирование к изменениям в экономической системе, ни что иное как своевременно внедрять не только новую технику и прогрессивную технологию, как новую продукцию отвечающим потребностям потребителей, либо не изменяя вкусовые качества, стремится посредством изменения технологий (кока кола, пепси кола) постепенно снижать себестоимость, и тем самым обеспечить конкурентоспособность продукции, и в этом незаменима роль человеческого капитала, который выступает в этом процессе в роли собственников, инженерно-технических работников, менеджмента организаций.

Что касается требований к человеческому капиталу формировать у носителей последнего сформировать у себя способность и готовность к повышению «образования и профессионального уровня посредством – обучения в течение жизни», предлагаемая системы стимулов для повышения профессионального уровня, то это ничто иное как эффективно-действующая нормативно-правовая база и целое совокупность институтов, создающих правовое поле, где каждый индивид – носитель человеческого капитала уверен в том, что его стремление к «кем бы ты не был, будь лучше» многократно будет мотивировано и вознаграждено обществом, в противном случае об эффективности человеческого капитала в целом вести речь преждевременно.

Иными словами, эффективность использования человеческого капитала субъектов хозяйствования (организация, предприятий, муниципальных и региональных образований) выражающаяся в характеристике совокупности показателей, отражающих конечный

результат производственно-хозяйственной и организационно-правовой их деятельности. Так, если эффективность человеческого капитала предприятия выражается в рентабельности последней, темпов роста объемов производства, расширении рынка сбыта продукции, высокой производительности труда и конкурентоспособности продукции по внутреннем и внешнем рынках, то для оценки эффективности использования человеческого капитала муниципального образования должна соблюдаться принцип «эффективность экономики муниципального образования при прочих равных условиях, есть показатель эффективности формирование и использования человеческого капитала последний».

Список использованной литературы:

1. Статистический сборник Согдийской области Республики Таджикистан // Статистический сборник. - Худжанд, АСПРТ, 2018. - С.182.
2. Таджикистан: 20 лет государственной независимости», статистический сборник Согдийской области: Худжанд, АСПРТ - 2011 - С.247,283;
3. Устинова К.А., Губанова Е.С., Леонидова Г.В. Человеческий капитал в инновационной экономике. монография. – Вологда: Институт социально-экономического развития территорий РАН, 2015. – 195с.
4. Наполеон Хилл. Как поднят себе зарплату. Мн.: Попурри. 2006. – 718с. стр.87

УДК 330.34

Онищенко О.А., кандидат наук з державного управління, доцент
Яндола Н.П., магістрант
Запорізький національний університет

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК ПІДПРИЄМСТВА У СФЕРІ ІТ-ПОСЛУГ

Актуальність пошуку нових фінансових інструментів, механізмів фінансування та залучення інвестицій в галузі сфери послуг обумовлено недостатнім фінансуванням соціально-значущих об'єктів і нерозривно пов'язане з підвищенням рівня добробуту і фінансової грамотності населення. У більшості високорозвинених країн світу саме накопичення населення складають чималу частку інвестицій і дозволяють

отримувати пасивний дохід, тим самим підвищуючи власну забезпеченість і рівень життя. Тобто, при розробці даного напрямку необхідно знайти такі рішення питань організації залучення грошових коштів в інноваційний розвиток сфери послуг, які будуть відповідати реальній економічній ситуації і підвищувати добробут населення.

Використання механізмів державно-приватного партнерства - один з можливих варіантів.

Незважаючи на значну увагу зарубіжних і вітчизняних дослідників, яку приділяють питанням інноваційного розвитку, регулювання інноваційних процесів, формування інноваційної політики, їх наукову опрацьованість на тлі зростаючого динамізму зовнішнього середовища можна вважати вичерпною.

Залишаються дискусійними проблеми вдосконалення інноваційного процесу в частині організаційно-технологічної модернізації підприємницької і комерційної діяльності шляхом впровадження інноваційних проектів та комплексної оцінки їх ефективності з метою забезпечення стійкості функціонування суб'єктів господарювання.

Хмарні технології, віртуалізація, мобільність – протягом багатьох років ці технології, взяті окремо, приводили до радикальних змін в роботі IT-організацій. А всі разом вони викликали руйнівний вибух в IT, який фахівці називають революційним переходом на модель «IT як послуга». Під тиском економічної і технологічної кон'юнктури IT-організації переходять на модель «IT як послуга» (ITaaS), в якій акцент перенесено з технологічних продуктів на спеціалізовані послуги, а IT-відділи виступають в ролі посередників при наданні послуг, а не тільки в ролі їх постачальників. Ці зміни викликали до життя нові форми взаємодії IT-керівників та лідерів бізнесу. Хоча потенційні переваги величезні, але шлях до їх досягнення пов'язаний з труднощами.

Модель «IT як послуга» означає, що організації пропонують пакети своїх послуг як зовнішні постачальники послуг відповідно до конкретних методами використання в різних сферах бізнесу. Це також означає, що IT-відділи можуть конкурувати із зовнішніми постачальниками послуг в області «бізнесу для бізнесу».

Революційний перехід на модель «IT як послуга» триває в глобальному масштабі. IT-керівники в сфері роздрібної торгівлі, фінансів, освіти, виробництва та інших провідних галузей згодні з тим, що співпраця бізнес-керівників з IT-керівниками повинно розширюватися, щоб забезпечити управління при цьому радикальну зміну.

Вони повинні визначити, як IT-організації надаватимуть свої послуги і як вони стануть посередниками для зовнішніх постачальників.

Крім того, IT-організації повинні змінити методи обліку з метою справляння плати за свої послуги, способи розподілу професійних навичок на підприємстві та придбання нових навичок.

Гарна новина полягає в тому, що при переході організацій до моделі «IT як послуга» складності, ризики та переваги стають універсальними.

Скорочення витрат в більшості випадків є основною метою впровадження моделі «IT як послуга».

Але інші результати, в тому числі консолідація обладнання та серверів, підвищення ефективності бізнес-та IT-процесів і більш точні моделі витрат для IT-послуг, обумовлюють інші переваги, які врешті-решт призводять до економії коштів. З'ясовується, що економія витрат - тільки початок більш широких і глибинних переваг.

Хоча IT-керівники вказують на скорочення витрат як на головна перевага моделі «IT як послуга», це займає шосту позицію в списку переваг, очікуваних бізнес-керівниками. Бізнес-керівники мають більш широкий кругозір і розглядають модель «IT як послуга» як засіб узгодження бізнесу та IT, що забезпечує ефективність і задоволеність замовників.

На шляху до моделі «IT як послуга» IT-керівники повинні здійснити глибокі зміни. З точки зору керівництва, слід зосередити більше уваги на моніторинг та відстеження використання IT-послуг, а також на обліку вартості цих послуг. При впровадженні моделі «IT як послуга» необхідною умовою є розробка моделі ціноутворення. З точки зору технології, ресурси, які звільняються при переході до моделі «IT як послуга», можна інвестувати в поточні перспективні технології, такі як віртуалізація, хмарні технології, великі дані і управління IT-послугами (ITSM). Ці фактори управління і технологій призводять до зміни ролей IT-персоналу.

При переході до моделі «IT як послуга» особливу важливість набувають фахівці з потрібними навичками і на потрібних позиціях. Деякі IT-керівники вже реорганізували IT-відділи і залучили фахівців з необхідними навичками, тоді як іншим ще належить закрити відсутні або недостатні позиції в своїх рядах. Багато хто використав перепідготовку і найм робочої сили, щоб домогтися правильного поєднання навичок і професійного рівня.

Найчастіше в IT-відділах немає або не вистачає фахівців з навичками, потрібними для моделі «IT як послуга». Це стосується обліку витрат, бізнес-аналізу, управління обліковими записами і управління проектами. IT-керівники стали активніше шукати можливості підвищувати або вдосконалювати бізнеснавички свого персоналу. Бізнес-керівники хотіли б, щоб IT-фахівці мали знання в

конкретній галузі чи сфері діяльності, наприклад в сфері маркетингу і продажів.

Дійсно, основною перешкодою для руху у напрямку до моделі «IT як послуга» було культурний опір. Але подолання всіх перешкод варто зусиль. Окупається вся важка робота - комунікації, зміна керівництва, нові послуги, нові навички та сильна консультативна позиція IT-відділу.

Виходить, що економія витрат, консолідація і підвищення ефективності - тільки перші з переваг при переході до моделі «IT як послуга».

Література

1. Климова Л. А. Инновационное развитие предприятия: монография. Могилев : Белорус.-Рос. ун-т, 2017. 215 с. .

2. Нові підходи в управлінні IT або як бізнес-цілі, пов'язані з IT-процесами. URL: https://eba.com.ua/article/novi-pidhody-v-upravlinni-abo-yak-biznes-tsili-povyazani-z-protsesamy/

3. Пошук і мотивація it-персоналу. URL: https://kadrhelp.com.ua/poshuk-i-motyvaciya-it-personalu

4. Богдан Н. И. Сектор высоких технологий: методические вопросы определения и перспективы развития. *Белорусский экономический журнал*. 2010. № 3. С. 78–93.

УДК 336.743

Полчанов А.Ю., к.е.н., доц.
Фещук Н.О., магістрант
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОЦІНКА МАКРОФІНАНСОВОЇ СИТУАЦІЇ В УКРАЇНІ

Стійке економічне зростання та підвищення рівня суспільного добробуту є пріоритетною задачею фінансової політики держави. Розробка науково обґрунтованої стратегії фінансового розвитку України має базуватись на оцінці поточної макрофінансової ситуації в країні.

Економіка України — це ринкова економіка, що розвивається, в основі якої багатогалузева промисловість, сільське господарство і сфера послуг.

Відповідно до бази даних Групи Світового банку ВВП України зріс з 31,26 млрд дол. США у 2000 р. до 130,83 млрд дол. США у 2018 р., тобто на 99,57 млрд дол. США або на 318,51 % (рис. 1). У цей період

середній річний абсолютний приріст у 2000–2018 рр. ВВП складав 5,5 млрд дол. США (тобто ВВП України щорічно зростав в середньому на 5,5 млрд дол. США протягом 2000–2018 рр.), а середній річний темп зростання склав 1,082 (тобто ВВП зростав в середньому на 8,2 % щорічно протягом 2000–2018 рр.).

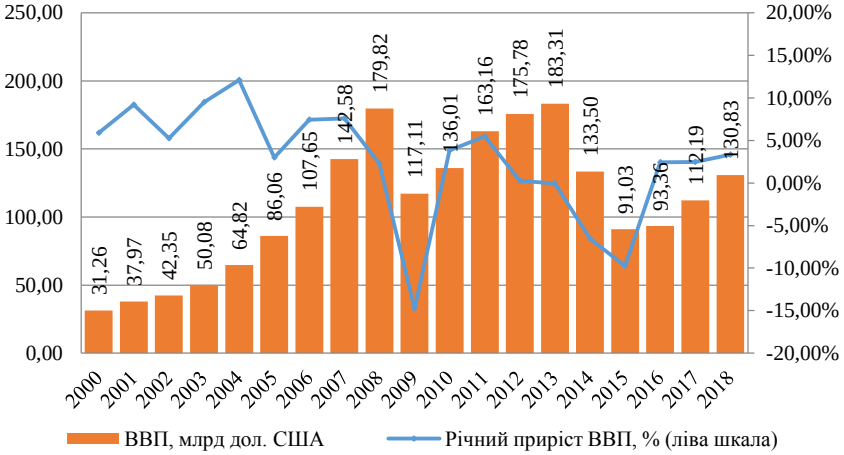


Рис. 1. Динаміка ВВП України протягом 2000– 2018 рр.

Найбільше значення ВВП спостерігалось у 2008 році (179,82 млрд дол. США), а найменше у 2000 р. – 31,26 млрд дол. США. При цьому економіка зросла найбільше у 2004 році (ВВП зріс за рік на 12,11 %), а найменше – у 2009 р. (скорочення ВВП за рік – 14,76%).

У свою чергу рівень економічного розвитку, що визначається таким показником як ВВП на душу населення за підсумками 2018 р. в Україні був менший ніж значення аналогічного показника, як у сусідніх країнах (Молдові, Білорусі, Росії, Румунії, Польщі, Угорщині, Словаччині), так і в Європейському Союзі та світі в цілому (рис. 2).

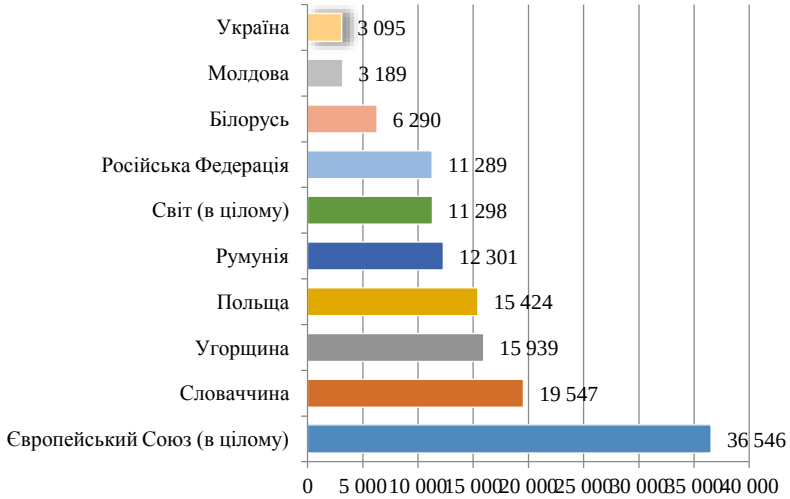


Рис. 2. ВВП на душу населення в Україні та сусідніх країнах за підсумками 2018 р., дол. США

За підсумками 2017 р. частка державних видатків у ВВП в Україні склала 33,35 %, що вище ніж у Молдові, Білорусі, Росії та Румунії та перевищала загальносвітовий рівень (рис. 3). У той же час більший рівень державної централізації ВВП був у Польщі (34,21 %), Словаччині (38,85%) та Угорщині (42,21 %).

За результатами вивчення структури державних доходів в Україні встановлено, що головним джерелом надходжень до державних фондів (рис. 4) були податки на товари та послуги (43,99 %), соціальні внески (18,94 %), податки з доходу, прибутку та на приріст капіталу (14,50 %).

Золотовалютні резерви України протягом 2000–2018 рр. зросли на 19,34 млрд дол. США, тобто у 14,09 раза, і становили на кінець аналізованого періоду 20,82 млрд дол. США (рис. 6). При цьому найбільший їх обсяг був у 2010 р. (34,57 млрд. дол. США), а найменший у 2000 – 1,48 млрд. дол. США.

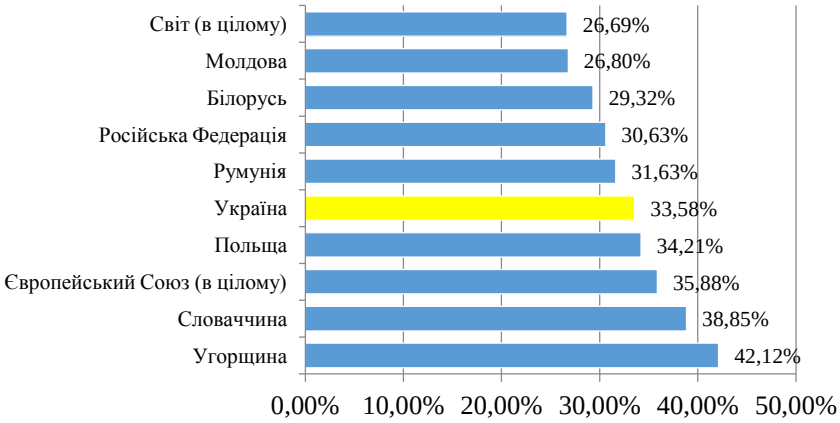


Рис. 3. Частка державних видатків до ВВП в Україні та сусідніх країнах за підсумками 2017 р., %

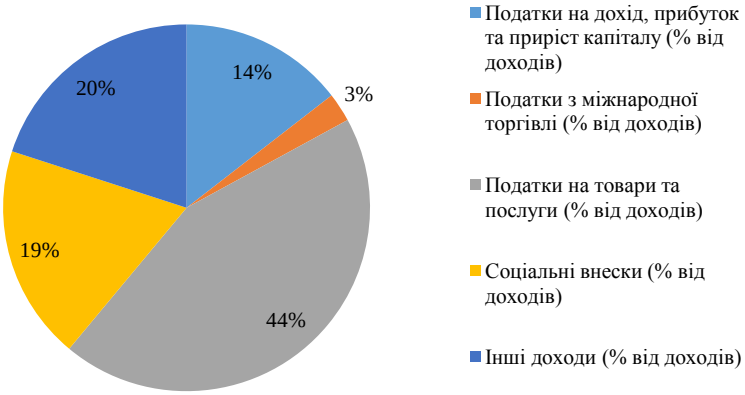


Рис. 4. Структура державних доходів України за підсумками 2017 р.

Порівнюючи обсяги експорту товарів та послуг із обсягом золотовалютних резервів (рис. 5) виявлено прямий лінійний взаємозв'язок між ними (зростання експорту на 1 млрд дол. США в середньому призводило до зростання золотовалютних резервів на 0,395 млрд дол. США).

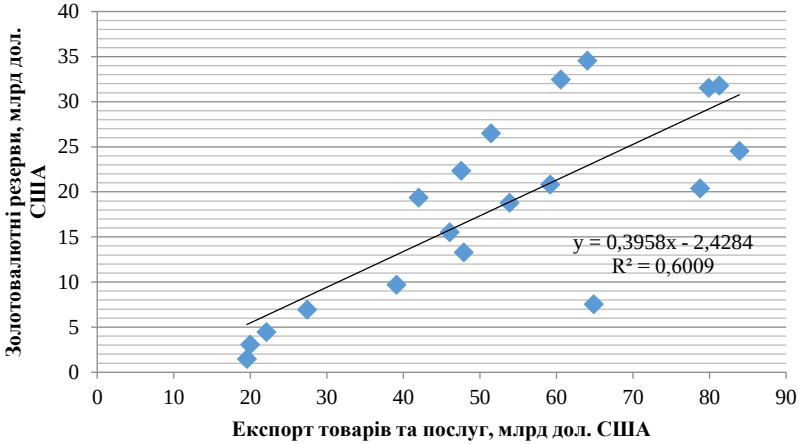


Рис. 5. Залежність золотовалютних резервів від експорту товарів та послуг України у 2000-2018 рр.

Отже, незважаючи на помітне зростання масштабів національної економіки України (ВВП зріс в 4,18 раза), рівень її економічного розвитку поступався рівню сусідніх країн. Головним джерелом формування державних доходів були податки та соціальні внески (близько 80 % доходів). Зміна обсягів золотовалютних резервів демонструвала неоднозначну динаміку, але протягом 2014-2018 рр. простежується тенденція до їх зростання.

Список літератури:

1. Polchanov A. Coordination of state fiscal and monetary policy the in the context of post-conflict recovery // Accounting and Financial Control. – 2017. – Т. 1. – №. 2. – P. 19-28.

2. Polchanov A. The estimation of financial security level of Ukraine and EU countries // European Cooperation. – 2018. – Т. 12. – №. 31. – P. 38-47.

3. Vyhovska N., Polchanov A., Aldiwani K., Shukairi F. methodological approaches development to assess the creation and use of the financial capacity of the state // Public and Municipal Finance/ – 2019/ – Т. 8. – № 1. – P. 28-43.

УДК 336.743

Полчанов А.Ю., к.е.н., доц.,
Державний університет «Житомирська політехніка»

ПРОГНОЗУВАННЯ ЗМІНИ ВАЛЮТНОГО КУРСУ ПІД ВПЛИВОМ СЕЗОННИХ ФАКТОРІВ

Валютні ризики належать до основних ризиків у діяльності бізнесу, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність. Особливо це проявляться у малих відкритих економіках, до яких належить Україна. Прогнозування зміни валютного курсу є одним із важливих елементів системи ризик-менеджменту підприємства, спрямованої на мінімізацію збитків, спричинених валютними коливаннями.

На вартість національних валют відносно іноземних впливає велика кількість факторів різного рівня значущості, зокрема обсяги експорту, імпорту, виплати відсотків та основної частини боргу нерезидентам, валютні інтервенції центрального банку, вибори тощо. Однією зі спроб розкрити причини коливань валютного курсу є вивчення впливу сезонних факторів. Виходячи із теорії економічних циклів можна виділити кілька видів циклів (від короткострокових до довгострокових).

Використовуючи інструментарій економіко-математичного моделювання нами було побувало модель, що описує зміну курсу долара США до української гривні на вітчизняному міжбанківському ринку (USD_UAH) залежно від місяця (Month) та року (Year):

$$USD_UAH = \beta_0 + \beta_1 * Month + \beta_2 * Year \quad (1)$$

Еміпричною базою дослідження виступили дані за 04.01.2017 – 11.10.2019 рр. з порталу https://minfin.com.ua/ (в якості залежності змінної було використано різницю між ціною купівлі та продажу).

Одержані результати засвідчили, що сезонні чинники протягом аналізованого періоду пояснюють 51,9742 % зміни валютного курсу (нормований R^2 = 0,519742 при рівні статистичної значимості у 1 %). З огляду на існування автокореляції, тобто залежності валютного курсу від його значень у попередньому періоді, було використано робастні статистичні помилки.

Графічне зіставлення фактичних та змодельованих значень представлено на рисунку 1.

Виходячи із представлених даних можна зробити кілька висновків:

– по-перше, у період з лютого по липень порівняно з січнем відбувається сезонна ревальвація української гривні;

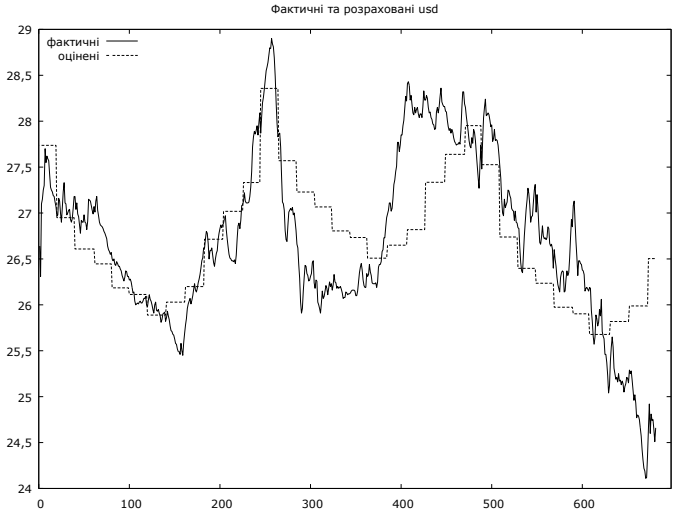


Рис. 1. Фактичні та змодельовані значення валютного курсу долара США до української гривні

– по-друге, починаючи з серпня до кінця року починається сезонна девальвація української гривні;

– по-третє, у 2018 році порівняно з 2017 р. та 2019 р. спостерігався додатковий девальваційних тиск на національну валюту;

– з метою мінімізації валютних ризиків для суб'єктів реального сектору доцільним є використання похідних фінансових інструментів, що дають можливість хеджувати валютні ризики.

Список літератури:

1. Виговська Н.Г., Полчанов А.Ю. Антикризовий фінансовий контролінг як інструмент запобігання банкрутства // Вісник Житомирського державного технологічного університету. - 2013. - № 4. - С. 146-153.

2. Полчанов А. Ю. Потенціал банківських установ України у стимулюванні економічного зростання у постконфліктний період // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: економіка, управління та адміністрування. – 2018. – №. 1 (83). – С. 123-128.

3. Polchanov A. Coordination of state fiscal and monetary policy the in the context of post-conflict recovery // Accounting and Financial Control. – 2017. – Т. 1. – №. 2. – С. 19-28.

УДК:336.531.

Рахматуллаев А.И., доцент кафедры «Экономика»
Каршинский инженерно-экономический институт
Исматуллаев Ж.А., ассистент кафедры
«Экономика и сервиса»
Карагандинский государственный университет

УЛУЧШЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА ЯВЛЯЕТСЯ ВАЖНЫМ ФАКТОРОМ РАЗВИТИЯ

Модернизация и интеграция народного хозяйства в условиях либерализации экономики зависят от высокой рациональной и обоснованной инвестиционной системы.

Развитие экономической деятельности в стране в соответствии с условиями экономической среды, обеспечение его активного участия о всех сферах экономической жизни, модернизация национального производства и обеспечение устойчивого экономического роста. Опыт развитых стран также показывает, что проводимая государством активная инвестиционная политика достигла стабильного роста своей экономики. В самом деле, как сказал президент нашей страны Ш. Мирзиёев «инвестиция – это движущая сила, по-узбекски, сердце экономики»[18].

Поэтому четкое определение перспектив инвестиций, возможность использования внутренних и внешних финансовых ресурсов на основе рационализации инвестиционных и инвестиционных решений и их рациональное использование определяют будущее национальной экономики. Одним из основных вопросов экономической политики правительства и приводимых реформ в инвестиционном климате является привлечение иностранных инвестиций в национальную экономику и принятие необходимых мер для создания необходимого инвестиционного климата. Сегодня, например, Указ от 1 августа 2018 года о мерах по радикальному улучшению инвестиционного климата Республики Узбекистан или названия 2019 года «Год активных инвестиций и социального развития». ПФ –5635 от 17 января 2019 года государственной программе по реализации стратегий действия 2017-2021 год по пяти приоритетным направлениям развития в «Год активных инвестиций и социального развития».

В этих нормативно-правовых документах мы разработали и

[18] Послание Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева. газета “Народное слово” 29.12.2018 г.

внедрили меры по улучшению инвестиционного климата и инвестиционной привлекательности страны, в результате чего в 2018 году было совершено только 18 межгосударственных официальных визитов и 1,80 миллиард проектов на сумму 52 миллиарда долларов, была достигнута.

Инициативы со Всемирным банком, Европейским банком реконструкции и развития, Исламским и Азиатским банком и другим международными финансовыми институтами составили 8,5 млрд. долларов. на сегодняшний день в нашей стране за счет иностранных инвестиций реализуется 456 проектов на сумму 23 миллиарда долларов.[19]

Если проанализировать динамику изменения объема инвестиций в основной капитал в республике и ВВП в 2005-2018 гг, воспользуемся данными 1-рисунка.

Данные, представленные на рисунке 1, показывают, что объем инвестиций в основной капитал в 2005 году составил 3165,2 миллиард сумов, а к 2018 году-124231,3 млрд сумов, а за последние 6 месяцев 2019 года 857575,1 млрд. по сравнению с 2005 годом в 2018 году он увеличился на 121066,1 млрд. сумов. Объем валового внутреннего продукта (ВВП) республики составил 15923,4 млрд сумов, 2018 году-407514,5 млрд.

Источник: Данные Статического комитета Республики Узбекистан

[19] Послание Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева. газета “Народное слово” 29.12.2018 г.

Следует отметить, что Республика Узбекистан делает упор на ускоренное развитие промышленных секторов, особенно с момента обретения независимости, а не на развитие реальных секторов экономики. Хотя наша страна была частью бывшего Советского Союза, она могла частично воспроизводить сельскохозяйственную продукцию, которая считалось аграрной страной. фактически республика является одним из крупнейших и наиболее богатых минеральных ресурсов в стране и имеет самые высокие природно-географические условия. Мы можем рассматривать это как лидера в сфере переработки отходов с точки зрения экономической деятельности (по состоянию на 1 июля 2019 года), показано на рисунке 2.28,0% от общего объема инвестиционный в этот сектор были ликвидированы. Очевидно, что инвестиции в реконструкцию промышленности в республике, в свою очередь, создадут новые рабочие места для развития экономика страны, увеличат поступление в местный и национальный бюджеты и поддержат внутренний и внешний рынки. Окажет положительное влияние на увеличение доли отрасли в конвенте. Источник: данные Государственного комитета Республики Узбекистан помимо успехов, достигнутых в инвестиционной политике республики, есть еще проблемы, которые необходимо решить, а практическое применение следующих научных предложений для их решения и повышения их инвестиционной привлекательности приведет к дальнейшему экономическому развитию страны.

Регулярное публикация рейтинговых индикаторов в средствах массовой информации и в интернете, отражающих инвестиционное развитие и привлекательность всей страны и ее региональных филиалов.

2. В рамках этого закона будет активизировано сотрудничество с международными институтами инвестиционного развития.

3. Строгий контроль за привлечением иностранных инвестиций, т.е. иностранных инвестиций в приоритетные отрасли страны и их целевым использованием. Кроме того, необходимо тщательно проанализировать инвестиционные проекты, финансируемые за счет иностранных инвестиций, и реализовать такие проекты, на основе которых должна быть высоко эффективность использования местных ресурсов.

4.Повышение грамотности хозяйствующих субъектов и региональных субъектов в сфере инвестиционного развития, а также создание и популяризация инвестиционной базы данных в каждом регионе страны.

Источник: Данные Статического комитета Республики

Узбекистан

5.Совершенствование кадрового обеспечения при реализации инвестиционного развития, т.е. развитие интеллектуализации производственных сил в регионах страны

-совершенствование целенаправленной подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала;

-усиление экономической мобильности малых и средних предприятий и социальных работников;

-инвестиционная деятельность, информация и кадровое обеспечение.

6.Местные органы власти должны быть более активными и независимыми в своей инвестиционной политике.

Литература

1. Указ Президента Республики Узбекистан. О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан. УП-4947. 07.02.2017 год.

2.Послание Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева. газета “Народное слово” 29.12.2018 г.

3.Статистический ежегодник Республики Узбекистан. 2000-2018 гг.

4. Грузинов В.П. Экономика преприятия. Учебник. 2-е издание. –М.: ЮНИИТИ-ДАНА, 2008-295с.

УДК 330

Сапронов О.В., студент
Державний університет «Житомирська політехніка»

РОЗРОБКА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

The components of strategic management is indicated that the system for the development of enterprise management strategies under conditions of instability of the environment should consist of four systems: the system of strategic analysis and diagnostics of the level of instability of the environment; the system of strategic reference points of enterprises; the system of formation of a strategic set; the systems of preparation for realization of the developed strategies.

Успіх є результатом наполегливої праці, правильної стратегії та інноваційної бізнес-моделі. Успішна бізнес-модель зробила компанію LEGO лідером на ринку іграшок, Google – найпопулярнішим у світі пошуковиком майданчиком, а Skype – найбільшим оператором міжнародного голосового зв'язку. І це не поодинокі приклади успішних компаній, яких об'єднують революційні бізнес-моделі, свіжі ідеї, інноваційність, уміння змінювати правила гри та йти на ризик.

Ключовими завданнями у процесі розробки стратегії управління організацією є опрацювання широкого масиву застосовної інформації, розробка проектів управлінських рішень та прогнозування фінансових показників для кожного варіанту.

Перш за все, команда фахівців, що працюють над проектом стратегії, повинна провести детальний аналіз усіх наявних даних, щоб зрозуміти сутність бізнесу організації: потреби споживачів, конкурентну динаміку галузі, наявні ресурси, можливості та ризики тощо. Пріоритетними позиціями (стратегічними орієнтирами) є наступні: бачення вищого керівництва, середовище організації, потреби та очікування споживачів.

На етапі аналізу інформації формуються варіанти стратегічних рішень. Основними критеріями роботи на цій ділянці є практичність (дієвість) та результативність, тому креативний підхід тактично відсувається на задній план. Всі варіанти стратегічних рішень, що характеризуються ймовірністю уповільняти бізнес-процеси організації або отримувати результати на основі впровадження високо ризикованих проектів, не мають цінності, оскільки можуть бути небезпечними, якщо покласти їх в основу розвитку організації. Як наслідок, формується схильність до очікуваних «простих» варіантів рішень, які кардинально не змінюють стратегічну і поточну бізнес-лінії організації.

Наступним етапом розробки стратегії організації є оцінювання її варіантів з фінансової точки зору. Для оцінки й вибору найкращих рішень найчастіше використовують такі показники, як чиста наведена вартість і внутрішній дохід на капітал. Методика оцінювання повинна також передбачати врахування інфляційних процесів, зміни курсу валют та інших чинників, які можуть впливати на вартісні показники.

Завершальним етапом є презентація декількох найприйнятніших варіантів стратегій перед вищим керівництвом організації. Рішення про вибір конкретного варіанту приймається на основі наступних критеріїв:

– відповідність місії та цілям діяльності організації;

– ступінь врахування вимог та очікувань вищого керівництва та персоналу організації;

– ступінь врахування середовища організації (внутрішніх і зовнішніх факторів);

– ступінь врахування ризиків діяльності (можливість застосування попереджувальних або коригувальних дій);

– фінансові витрати на реалізацію стратегічних заходів;

– очікуваний економічний ефект від діяльності.

Важливим критерієм прийняття рішення щодо вибору варіанту стратегії розвитку організації є врахування позиції зовнішніх стейкхолдерів (бізнес-партнерів та інших учасників).

Список використаних джерел:

1. Продіус О.І. Проблеми впровадження стратегічного управління на українських підприємствах / О.І. Продіус, В.Б. Богословов // Економіка: реалії часу. – 2014. – № 5 (15). – С. 30-35.

2. Вагнер І. Роль стратегічного аналізу у виборі та розробці стратегії управління підприємством / І.Вагнер // Економічний аналіз. – 2010. – № 8. – С. 98–104.

3. Печериця Ю.В. Місце стратегічного аналізу в системі прийняття стратегічних рішень / Ю.В. Печериця [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/ppei/2012_33/Pecher.pdf.

УДК:334.012.06

Тайлакова Д.Б., ассистент
Каршинский инженерно-экономический институт

РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ

Развитие предпринимательства играет большую роль в обеспечении экономического роста, создании при низких затратах новых рабочих мест и возможности занять те сегменты рынка, которые не способен занять крупный бизнес, особенно в освоении небольших баз местных ресурсов. Поэтому ускоренное развитие предпринимательства тесно связано с локализацией производства, развитием сферы услуг и повышением экспортного потенциала страны.

В результате продолжающихся экономических реформ в стране неуклонно растет доля предпринимательства в ВВП. Достижению таких положительных результатов способствует создание экономических и правовых основ для развития предпринимательства в стране. В результате широкомасштабных налоговых и таможенных льгот для развития предпринимательства значительно улучшилось социально-экономическое состояние предпринимательства.

В соответствии с Указом Президента Республики Узбекистан от 30 августа 2003 года N УП-3305 "О внесении изменений и дополнений в Указ Президента Республики Узбекистан" О мерах по дальнейшему стимулированию развития частного малого предпринимательства, малого и среднего бизнеса "от 9 апреля 1998 года" с 1 января 2014 года в категорию малых субъектов бизнеса входят:

а) индивидуальные предприниматели; где индивидуальные (частные) предприниматели должны регистрироваться в местных органах власти и налоговых органах в качестве физических лиц.

б) микрофирмы;

в) малые предприятия.

Для того, чтобы понимать сущность малых предприятий, фирм и индивидуальных предпринимателей, необходимо различать их.

Субъекты малого предпринимательства - это субъекты с ограниченными возможностями, такими как размер предприятия, объем производства, количество работников, объем средств и т.д. В Республике Узбекистан в субъекты предпринимательства включает индивидуальных предпринимателей, микрофирмы и малый бизнес.

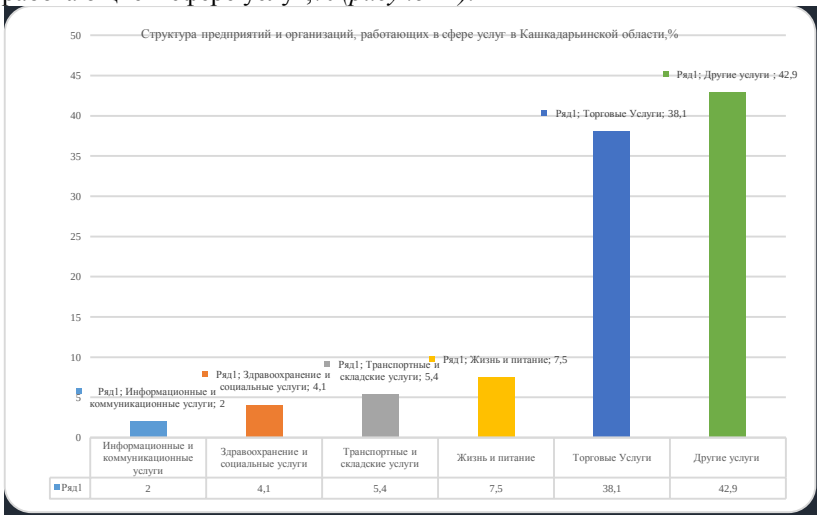
В настоящее время частное предпринимательство трактуется по-разному, например, статья 18 налогового кодекса Республики

Узбекистан определяет следующее понятие индивидуального предпринимателя и дает следующее определение :

Индивидуальным предпринимателем является физическое лицо, осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, самостоятельно, на базе имущества, принадлежащего ему на праве собственности, а также в силу иного вещного права, допускающего владение и (или) пользование имуществом.

Сегодня доля предпринимательства в валовом внутреннем продукте, в результате развития отрасли, а также системной и всесторонней поддержки , стимулов со стороны государства, доля предпринимательства в ВВП страны по состоянию на конец 2017 года составила 53,3% с 31% в 2000 году.

В Кашкадарьинской области большое внимание уделяется развитию сферы услуг, разрабатываются новые виды услуг, по состоянию на 1 июня 2019 года предприятия и организации, работающие в сфере услуг,% *(рисунок 1).*



1- Фото. Структура предприятий и организаций, работающих в сфере услуг в Кашкадарьинской области,%[20]

Самые высокие темпы роста были в сфере финансовых услуг (151,5%), здравоохранения (128,2%), образовательных услуг (121,1%),

[20] Разработано автором на основе данных Кашкадарьинского статистического управления

услуг в области архитектуры, инженерных изысканий, технического тестирования и анализа (118,2%) был записан в типах услуг.

При развитии сферы услуг в предпринимательской деятельности, конечно, необходимо иметь подробную информацию о состоянии его истинного развития, тенденциях развития и уровне обеспеченности по сравнению с предыдущими годами.

Услуги, предоставляемые населению в Кашкадарьинской области, в основном составляли финансовые услуги, торговые услуги, услуги образования, услуги аренды, персональные услуги и другие услуги. Темп роста составил 109,7%. (Таблица 1)

Таблица 1

Основные показатели экономической активности в Кашкадарьинской области.[21]

Показатели	Размер, млрд. Сум	Темпы роста по сравнению с прошлым годом,%
Услуги	3078,8	109,7
В том числе:		
Коммуникационные и информационные услуги	168,6	112,0
Финансовые услуги	456,9	151,5
Транспортные услуги	685,5	104,5
в том числе автотранспортные услуги	637,4	100,7
Услуги проживания и питания	90,6	101,4
Торговые услуги	969,8	102,4
Услуги, связанные с недвижимостью	99,2	101,0
Образовательные услуги	98,1	121,1
Медицинские услуги	38,1	128,2
Услуги по аренде	84,8	96,8
Ремонт компьютеров и бытовых товаров	108,8	100,2
Персональные услуги	114,6	102,2
Услуги в области архитектурных, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа	40,0	118,2
Прочие услуги	123,8	101,8

На современном этапе развития предпринимательства в развитых странах это имеет большое экономическое значение. В развитых странах доля предпринимательства и частного предпринимательства в

[21] Разработано автором на основе данных Кашкадарьинского статистического управления

валовом внутреннем продукте составляет 62,0 процента во Франции, 60 процентов в Италии, 55 процентов в Японии, 54 процента в Германии, 53 процента в Великобритании, 52 процента в Соединенных Штатах, 25,6 процента в Казахстане. В Российской Федерации - 20,0 процента. Эта цифра составила 56,9 процента в Узбекистане. Данные показывают, что в нашей стране высока доля предпринимательства и частного предпринимательства в ВВП. В среднем 70% от общей занятости в экономике приходится на эту сферу.

Литература

1. Мирзиёев Ш.М. Критический анализ, строгая дисциплинарная дисциплина и личная ответственность - должны быть ежедневным правилом деятельности каждого лидера. // Народное слово, 2017
2. Каримов И.А. Нашим приоритетом является открытие широких возможностей для частной собственности и частного предпринимательства путем внедрения крупных структурных изменений в нашей экономике, последовательных процессов модернизации и диверсификации в 2015 году. // Народное слово, 16 января 2015 г.
3. Абдукаримов Б. и соавт. «Проблемы экономики торговли». Учебное пособие - Т .: «Экономика и финансы», 2016, 60 с.
4. www.stat.uz - официальный сайт Государственного комитета Республики Узбекистан по статистике
5. По пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан в 2017 — 2021 годах7февраля 2017 г.,№ УП-4947. WWW.lex.uz
6. Ergashev R.X.,Shodiev B. Http://znau.edu.ua/images/images-news/2018/

УДК 33.012.1:339.133.2(477)

Тімченко О.Д., ст. викладач
Смокова Л.М., ст. викладач
Харківський державний університет харчування та торгівлі

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ

На сучасному етапі розвитку економіки інформація щодо стану споживчого ринку є важливим фактором, що визначає ефективність управлінських рішень. В першу чергу, мова йде про торговельні підприємства, для яких така інформація відіграє важливу роль під час

вибору ринкової стратегії.

Одним із основних показників стану та розвитку споживчого ринку країни є роздрібний товарооборот, який включає весь обсяг реалізації товарів у грошовому вираженні й характеризує заключний етап руху продукції зі сфери обігу в сферу споживання, фіксуючи суспільне визнання цінності й споживчої вартості товарів. Крім того, він є одним із найважливіших показників соціально-економічного розвитку суспільства, оскільки в його динаміці відображається стан економіки в цілому, інфляційні процеси, зміна добробуту населення, кон'юнктура та місткість внутрішнього споживчого ринку.

Скорочення промислового виробництва, зростання цін, посилення інфляції, зростання тарифів на енергоносії та на житлово-комунальні послуги, і як наслідок, зростання цін на споживчі товари, призвело до того, що населення змушене скорочувати витрати на споживання товарів та переглядати власні споживчі звички. В результаті цих негативних змін відбулося суттєве зниження роздрібного товарообороту і в 2018 р. він становив 81,4 % рівня 2015 р.

Розвиток товарної структури споживчого ринку також характеризується суперечливими тенденціями. Показники товарної структури роздрібного товарообороту надають оцінку купівельного попиту як основного елемента механізму споживчого ринку. Вони відображають розподіл витрат покупців на придбання різних товарів – продовольчих і промислових, а також показують відмінності в споживанні товарів у рамках однієї групи.

Так, у період з 2010-2018 років відбулися такі зміни в товарній структурі роздрібного товарообороту, а саме:

- зростання частки продовольчих товарів у загальному обсязі роздрібного товарообороту, що є одним із негативних ознак стану товарної структури. Найкращим у цьому плані слід вважати 2017 рік, коли частка продовольчих товарів у структурі роздрібного товарообороту становила 39,8%, відповідно промислових – 60,2%. На кінець 2018 р. частка продовольчих товарів збільшилася до 43,3 %, а непродовольчих – зменшилася до 56,7 % [1];

- сучасний період характеризується переважанням у структурі товарних ресурсів вітчизняних товарів продовольчої групи, поступовим витісненням зарубіжних товаровиробників з внутрішнього споживчого ринку країни. Але при цьому майже половина імпортних товарів непродовольчої групи тримають стійкі позиції на споживчому ринку України. Так, частка продажу товарів, вироблених підприємствами на території України, у товарообороті торгової мережі в 2005 р. складала 70,5 %, в 2010 р. – 64,3 %, в 2018 році - лише 53,2 %;

- свідченням погіршення рівня добробуту населення є зменшення частки реалізації в роздрібному товарообороті товарів тривалого користування, товарів побутового призначення, автомобілів тощо, а також будівельних матеріалів та залізних виробів;

- зменшення реальних доходів населення призвело до того, що частка товарообороту ресторанного господарства в загальній структурі товарообороту має тенденцію до зменшення і в 2018 р. вона становить лише 3,2 % від роздрібного товарообороту торгівлі. При цьому, кількість об'єктів ресторанного господарства постійно зменшуються. Так, за даними Державної служби статистики України, станом на 1 січня 2019 р. в Україні налічувалося лише 7466 активно діючих підприємств тимчасового розміщення й організації харчування (без фізичних осіб – підприємців);

- збільшення частки споживання алкогольних напоїв, тютюнових виробів з 6,7 % у 2010 р. до 8,0 % у 2018 р. Дана тенденція показує негативний настрій населення в період політичної та економічної кризи, що викликає певну залежність від даних товарів;

- нерівномірність розвитку споживчого ринку в регіональному розрізі та в розрізі «місто – село». Протягом останніх років частка обороту сільського споживчого ринку в Україні не перевищує 10 %, а розрив товарообороту в розрахунку на одного сільського та міського жителя є п'ятикратним і, на жаль, продовжує збільшуватися;

- насичення українського споживчого ринку досягається здебільшого за рахунок імпортних поставок. За оцінками експертів, значна частка зростаючого внутрішнього попиту задовольняється за рахунок імпорту, номінальні темпи приросту якого протягом останніх років помітно випереджали зростання експорту. Так, через недостатні обсяги та конкурентоспроможність вітчизняних товарів товарна пропозиція на ринку непродовольчих товарів споживчого призначення на 60–70 % формується за рахунок імпорту. Щодо структури імпорту товарів, то тут найбільшу питому вагу мають такі групи товарів, як мінеральні продукти (у 2015 році - 33,6%, на період січень-серпень 2019 року – 21,6%), машини, обладнання та механізми, електротехнічне обладнання (15,1% та 21,4% відповідно), продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості (13,5% та 13,2% відповідно), недорогоцінні метали та вироби з них (5,3% та 6,2% відповідно), засоби наземного транспорту, летальні апарати, плавучі засоби (4,2% та 10,2% відповідно) [1].

Основними причинами переважання імпорту над експортом стали недостатня конкурентоспроможність українських товарів, недотримання міжнародних стандартів якості та безпечності харчових продуктів, а також перешкоди в торгівлі, що лежать у правовій та практичній площині.

На наш погляд, пріоритетним напрямом на сучасному етапі розвитку

економіки країни є насичення внутрішнього споживчого ринку вітчизняними конкурентоспроможними товарами і поступове витіснення імпортних товарів вітчизняними з доведенням частки імпорту в загальному обсязі товарної пропозиції на ринку до 10…15%. Це необхідно для того, щоб не тільки забезпечити економічну безпеку країни, але і сприяти подоланню безробіття, зростанню доходів як споживачів, так і виробників, розвитку інвестицій в економіку.

Таким чином, в умовах загострення соціально-економічної та політичної ситуації в країні торгівля переживає великі труднощі. Виникає проблема необґрунтованого зростання цін на споживчому ринку, в тому числі на соціально значущі продовольчі товари, що призводить до падіння обсягу роздрібного товарообороту.

Однак хочеться сподіватися, що з покращанням економічної ситуації в Україні, національний споживчий ринок поступово наближатиметься за структурою до ринків європейських країн, перш за все досконалішою стане його товарна структура, частка нецивілізованої ринкової торгівлі на продуктових і речових ринках скорочуватиметься, продовжиться процес створення багатофункціональних торговельних підприємств, в яких споживачі зможуть робити всі види покупок в одному місці.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/.

УДК: 338.94

Файзиева Ш. Ш., доцент кафедры "Экономика",
Юлдашева Ш.А., ассистент кафедры" Экономика",
Каршинский инженерно-экономический институт

ОРГАНИЗАЦИЯ И ПУТИ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА

Пути создания предприятий малого и среднего бизнеса определяют их потребности в области государственной поддержки:

1. ***Создание предприятий на базе имеющегося производства.*** Ведущая роль крупных фирм заключается в том, что в современных условиях именно они обладают большими преимуществами, поскольку лучше справляются с рисками и финансовыми трудностями, имеют возможность осуществления массового производства, когда зачастую необходимы новые производственные мощности. Для того чтобы стать

более конкурентоспособными, крупные фирмы проводят реструктуризацию, стремясь использовать достоинства малых фирм, а малые предприятия вступают в крупные альянсы, чтобы использовать эффект от масштаба производства. Можно выделить несколько форм взаимодействия малого и крупного предпринимательства:

сателлитная форма (организация дочерних фирм, сохраняющих тесные связи с крупным предприятием, юридически самостоятельных, но экономически тесно связанных с коренной структурой, образованных путем реструктуризации, выведения непрофильных производств и т.д.). Данная форма взаимодействия дает преимущества обеим сторонам: крупные предприятия вносят элемент стабильности и планомерности в работу малых фирм; малые предприятия выполняют часть функций крупных предприятий, неся более низкие издержки, концентрируясь на определенных видах деятельности. В России данная форма взаимодействия не получила должного развития, поскольку задачи более рационального использования труда вытеснены целями выживания предприятий;

- интрапренерство (создание малых предприятий под конкретные инновационные проекты). Взаимосвязь между университетами, крупными и малыми предприятиями путем создания технопарков дает возможность повысить конкурентоспособность отечественной продукции. Поддержка технопарковых структур со стороны государственных органов власти позволит удовлетворить потребности региона и страны в целом в научнотехнической продукции.

2. ***Самостоятельно организованные предприятия*** (индивидуальное создание, консолидация нескольких физических лиц).

Каждая из форм организации бизнеса предполагает наличие определенных проблем и требует использования специфических подходов при осуществлении государственного регулирования малого предпринимательства.

Исходной точкой в предпринимательстве и в создании нового предприятия часто является идея нового продукта или услуги. Для принятия решения не обойтись без тщательного изучения состояния рынка, положения дел у конкурентов, научных прогнозов вероятных изменений спроса и предложения, покупательной способности населения. Важной является информация о положении дел в аналогичной сфере деятельности в развитых странах мира, а для получения такой информации необходимо использовать современные информационные технологии. В связи с этим для предпринимателя может быть полезной рекомендация не всегда бояться зарубежных конкурентов, так как их проникновение на внутренний рынок России связано с немалыми транспортными затратами

и таможенными пошлинами, из-за чего создаются конкурентные преимущества для российских аналогов, тем более что тот или иной товар или услугу по их потребительским свойствам всегда можно улучшить.

Источником предпринимательской идеи, как это особенно наглядно подтверждает японский опыт, могут стать информационные листки патентных бюро и даже научно-техническая информация в отечественной и зарубежной периодической печати.

В любом случае по мере становления и развития начатого дела предприниматель должен уделить внимание собственной научно-исследовательской и опытно-конструкторской деятельности.

Реструктуризация предприятий: основные подходы

Реорганизация осуществляется по решению:

- учредителей (участников);
- органа юридического лица, уполномоченного на то учредительным документом.

Юридическое лицо считается реорганизованным с момента госрегистрации вновь возникших юридических лиц (кроме присоединения, в этом случае - с момента внесения в государственный реестр записи о прекращении деятельности присоединенного юридического лица) (табл. 1).

Таблица 1

Анализ видов реорганизации

Виды реорганизации	**Правопреемство переходит**	**Документ**	**В установленных законом случаях реорганизация происходит**
Преобразование - изменение юридического лица	К вновь возникшему лицу	Передаточный акт	С согласия уполномоченных государственных органов
Слияние			
Присоединение к существующему лицу	К присоединяющему лицу		
Разделение	К вновь возникшим лицам	Разделительный баланс	По решению уполномоченных государственных органов или суда. Может быть назначен внешний управляющий
Выделение			

Формы государственной поддержки в немалой степени обусловливаются тем, на какой стадии жизненного цикла находится малое предприятие:

- предприятия, имеющие собственную историю развития. Данная группа предприятий имеет стабильное финансовое положение, обладает возможностями для решения финансовых проблем за счет собственных средств или привлечения внешних источников финансирования путем использования имеющегося залогового имущества. Кроме того, эти предприятия имеют большой опыт и необходимые возможности осуществления своей деятельности на рынке. Основной потребностью в области государственной поддержки для таких предприятий является доступ к льготному

кредитованию для пополнения оборотных средств, модернизации оборудования и так далее, так как предоставляемые коммерческими банками кредиты имеют высокие процентные ставки и обладают краткосрочностью;

- предприятия, прошедшие стадию становления, но испытывающие в той или иной степени дефицит ресурсов для своего функционирования и развития. Данная группа предприятий обладает ограниченными возможностями привлечения внешних источников финансирования из-за недостатка залогов и гарантий. Поэтому основные задачи системы поддержки малого предпринимательства - предоставление гарантий и помощь в привлечении доступных кредитных ресурсов;

- предприятия, находящиеся на стадии становления. Данная группа предприятий не обладает свободными ресурсами, имеет небольшой практический опыт, поэтому наиболее существенной формой поддержки является помощь в основании бизнеса. Для таких целей в зарубежных странах широко используются бизнес-инкубаторы, которые предполагают создание микросреды для поддержки малого бизнеса на ранних стадиях его развития.

УДК:338.94

Файзиева Ш. Ш.,к.э.н.,
доцент кафедры "Экономика"
Кулдашева М. М., магистрант
Каршинский инженерно-экономический институт

МАЛЫЙ И СРЕДНИЙ БИЗНЕС В ПРОМЫШЛЕННЫХ ИННОВАЦИОННЫХ КЛАСТЕРАХ

В мировой экономике малые предприятия присутствуют во всех ее секторах. Средние предприятия - опора обрабатывающей промышленности. Крупные предприятия доминируют в капиталоемких производствах и в сфере «крупных» услуг и, прежде всего, ориентированы на массовый, относительно однородный выпуск больших партий стандартной продукции. Они обладают более сложными системами управления, имеют больше возможностей для привлечения высококвалифицированных специалистов, средств для параллельного осуществления ^^D-программ, обладают большей легкостью для привлечения дополнительных внешних источников финансирования и технической поддержки. Если крупные формы способствуют повышению общехозяйственной активности за счет экономии на масштабах деятельности, то малые - придают хозяйству гибкость, мобильность, способность к быстрым структурным и техническим сдвигам. Данный факт объясняется тем, что существуют различные реакции на внешнее воздействие из-за различия в пороге чувствительности. «Чем сложнее система, элемент, тем большее количество энергии необходимо, чтобы изменить характер взаимодействия, в котором этот элемент или система находились прежде. Поэтому простые элементы более подвижны, релятивны, ранее реагируют, а сложные - менее подвижны, консервативны, реакционны».

Взаимодействие малого и крупного бизнеса дает возможность более эффективно осуществлять деятельность каждого из них: роль и ареалы распространения малого бизнеса определяются его интеграцией с крупным бизнесом. В экономической литературе подчеркивается тезис о производности малого бизнеса от крупного, так как финансовая помощь государства малому бизнесу осуществляется из средств, источником которых являются налоговые поступления крупных корпораций .

Мировой опыт показывает, что условием эффективного развития экономики является в настоящее время симбиоз крупного производства со множеством мелких и средних предприятий. Это связано с тем, что

формат сделок становится более доступным для малого предпринимательства. При этом следует подчеркнуть, что развивается такое взаимодействие не столько благодаря «невидимой руке» рынка, сколько на основе целенаправленных государственных усилий по его структурированию.Ведущая роль крупных фирм заключается в том, что в современных условиях именно они обладают большими преимуществами, поскольку лучше справляются с рисками и финансовыми трудностями, имеют возможность осуществления массового производства, когда зачастую необходимы новые производственные мощности. Для того чтобы стать более конкурентоспособными, крупные фирмы проводят реструктуризацию, стремясь использовать достоинства малых фирм, а малые предприятия вступают в широкие альянсы, чтобы использовать эффект от масштаба производства. Исследования американских ученых показали, что если затраты времени на разработку нового продукта у малых предприятий составляют 2,3 года, то у крупных - 3,1 года; финансовые затраты на равноценные изобретения составляют соответственно 87 тыс. и 2 млн дол.

Новые и маленькие фирмы играют ключевую роль в экспериментах и разработке инноваций, которые ведут к технологическому изменению и экономическому росту в региональных экономиках. Они являются источниками новых идей, которые могли бы иначе остаться неиспользованными.

Инновационность является основой эффективного предпринимательства, предполагает использование в бизнесе новых знаний и технологий, уже доведенных до стадии коммерческого продукта. Развитие малых инновационных предприятий сопровождается структурными изменениями в отраслях, которые связаны со свертыванием экономически неэффективных видов производства и перераспределением в новые, более эффективные. Кроме этого органы власти путем создания благоприятных условий для малых предприятий имеют возможность способствовать развитию приоритетных отраслей в регионе. Распространение инноваций необходимо осуществлять через повышение взаимосвязей не только между отдельными предприятиями, но и между регионами. В литературе региональные инновационные связи рассматриваются как стимуляторы инноваций, распространяющихся от индивидуальных предприятий по всей экономической системе страны.

В рамках государственной поддержки малым инновационным предприятиям предоставляются государственное финансирование для проведения научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ и освоения новой продукции, безвозмездные субсидии на закупку

передовой производственной технологии по программам регионального развития, специальные субсидии предприятиям высокой технологии, государственное финансирование консультационных услуг в области планирования нового производства.

Например, в Японии разработана общенациональная программа создания 19 кластеров, осуществляющих на технологической и организационной основе взаимодействие крупных производств со множеством малых и средних предприятий. Для создания региональных сетей для сбора и распространения информации, предназначенной для предпринимателей, исследовательских центров, местных администраций и правительства страны, METI организовало взаимодействие малого и среднего предпринимательства с университетами.

УДК:33:301(07)

Хамраева С.Н., к.э.н.,
доцент кафедры «Экономика»,
Тухтаева М., магистрант
Каршинский инженерно-экономический институт

ТЕНДЕНЦИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СФЕРЕ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН

В мире, как показывает опыт стран, сфера обслуживания считается основным фактором развития экономики. В мировой экономике основная часть трудоспособного населения, в том числе «в США 80%, Японии 70% приходится на сферу обслуживания»23. В настоящее время рыночный оборот предприятий общественного питания составляет в России 1301 млрд. сум., Германии 3400 млрд. сум., США – 43468 млрд.сум., это составляет рост от 1 до 3% та . Рост спроса на обслуживающие предприятия и эффективное развитие данной сферы требует поиск и внедрение новых подходов форм и методов.

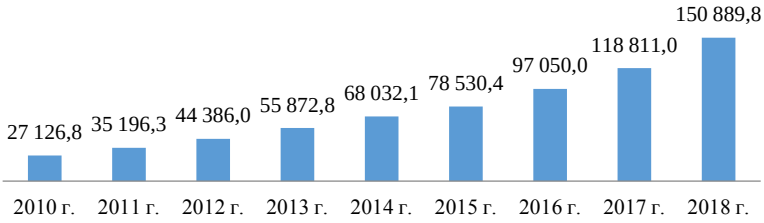
В настоящее время сфера услуг является одной из наиболее перспективных, быстроразвивающихся отраслей экономики. Спектр ее деятельности весьма разнообразен: от торговли и транспорта до финансирования, страхования и посредничества самого разного рода. Гостиницы и рестораны, прачечные и парикмахерские, учебные и спортивные заведения, туристические фирмы, радио и телестанции, консультационные фирмы, медицинские учреждения, музеи, театры и кинотеатры относятся к сфере услуг. Практически все организации оказывают в той или иной степени услуги. Развитие общества и

увеличение рабочей силы в некоторой степени влияет на развитие сектора услуг.

По состоянию на 1 января 2019 года по республике было зафиксировано около 323,5 тыс. действующих предприятий и организаций. Из них в сфере услуг задействовано свыше 213 тыс. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года, этот показатель увеличился на 11,4 %.

По сравнению с 2010 годом, объем оказанных рыночных услуг в 2018 году увеличился 5,6 раза и был равен 150889,8 млрд. сум.

В общем объеме оказанных рыночных услуг наибольший объем приходится на транспортные услуги (43329,2 млрд.сум), услуги торговли (39445,3 млрд.сум), финансовые услуги (21192,6 млрд.сум). Наименьший объем приходится на услуги здравоохранения (2053,0 млрд.сум), услуги в области архитектуры, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа (2306,4 млрд.сум), услуги по ремонту компьютеров и бытовых приборов (2628,0 млрд.сум), услуги аренды и проката (3129,9 млрд.сум).



1-рис. Динамика роста сферы услуг в Узбекистане, млрд.сум

В структуре оказанных рыночных услуг по регионам лидирующее место в республике занимает г. Ташкент (32,9 %). Наряду с этим, наибольший удельный вес наблюдается в таких регионах, как Ташкентская (7,5 %), Самаркандская (6,7 %), Ферганская (6,2 %), Андижанская (5,4 %) области.

Инвестиционная деятельность – необходимый элемент экономического роста страны. В Республике Узбекистан создаются все условия для благоприятного инвестиционного климата, действует и продолжает совершенствоваться широкая система правовых гарантий и льгот для иностранных инвесторов, разработана целостная система мер по стимулированию деятельности предприятий с иностранными инвестициями. Доля вложенных инвестиций в сферу услуг за январь-декабрь 2018 года составила 27,9 % от общего объёма инвестиций.

Повышение эффективности субъектов хозяйствования в предоставлении услуг в контексте модернизации экономики и повышения благосостояния населения является одной из основных задач, стоящих сегодня перед экономикой страны. В частности, важно определить перспективы повышения эффективности хозяйствующих субъектов в сфере услуг, которые признаны основной движущей силой собственности, усовершенствовать их организационные и экономические механизмы, а также разработать научно обоснованные предложения и практические рекомендации в этой области. Это связано с тем, что в целях улучшения рыночных отношений, дальнейшей либерализации экономики, развития предпринимательской деятельности, как следствие, решения таких важных проблем, как обеспечение стабильности бюджета страны, ВВП, занятости населения.

Развитие сотрудничества со странами ближнего и дальнего зарубежья, а также в сфере туризма способствовало росту числа предприятий и организаций, предоставляющих услуги проживания и питания. Их доля составила 9,3%.

Доля действующих предприятий и организаций, занимающихся перевозкой и хранением, в общем количестве предприятий и организаций сферы услуг составила 6,2%.

Доля действующих предприятий и организаций, осуществляющих информационную деятельность и предоставляющих услуги связи, составила 3,3%. Доля предприятий и организаций, оказывающих услуги в сфере здравоохранения и социальных услуг, составила 3,2%.

Влияние сферы услуг на рост ВВП страны в 2018 году составило 1,8%. Ожидается, что добавленная стоимость в этом секторе вырастет на 5,4%. В том числе торговые услуги (включая ремонт автомобилей) - 4,4%, услуги по размещению и питанию - 4,5%, транспортно-складские услуги - 3,7%, информационно-коммуникационные услуги - 15,3% и прочие услуги - 5,4%. %.

Из данных ясно, что сектор услуг играет важную роль в развитии сектора услуг и зависит не только от жизненно важных аспектов жизни людей, но также от развития промышленных секторов, эффективности национальной экономики и возникающих и появляющихся видов услуг. Такие сети не зависят ни от внешней конъюнктуры, ни от погодных условий, а это означает, что внешние факторы не могут быть затронуты. В то же время эти услуги увеличивают внутренний спрос на многие из наших продуктов и играют важную роль в поддержании баланса на потребительском рынке.

Дальнейшее всестороннее развитие сферы услуг является актуальным вопросом обеспечения устойчивого развития экономики,

эффективной занятости и повышения уровня жизни населения.

Указ Президента Республики Узбекистан от 5 октября 2016 года №УП-4848 «О дополнительных мерах по обеспечению ускоренного развития предпринимательства, комплексной защиты частной собственности и качественного улучшения деловой среды», Кабинета Министров Республики Узбекистан от 26 февраля 2016 года № 55 «О мерах по интенсификации продажи и дальнейшему упрощению процедур продажи государственного имущества в пользование» Постановление «О развитии сферы услуг в 2016–2020 годах» предусматривает меры по повышению роли населения в решении проблем занятости.

Согласно постановлению Кабинета Министров Республики Узбекистан от 26 февраля 2016 года № 55 “О Программе развития сферы услуг на 2016-2020 годы”, основными направлениями и задачами развития услуг в стране являются:

- увеличить ВВП за счет развития сферы услуг, доведя ее долю в экономике до 48,7%;
- увеличение услуг в сельской местности в 1,8 раза к 2020 году;
- создание условий для ускоренного развития сферы услуг и структурных преобразований путем развития инженерно-коммуникационной, дорожно-транспортной инфраструктуры, внедрения современных информационных и коммуникационных технологий в сети;
- создание конкурентной среды, содействие развитию малого и частного бизнеса;
- расширение различных инновационных услуг, новые средства связи;
- обеспечение технических возможностей населения пользоваться телекоммуникационными сетями, предоставление им качественных услуг, полный переход на цифровые телекоммуникационные и телевизионные системы, увеличение доли связи и информации в национальной экономике на 2,5% к 2020 году;
- развитие финансовых услуг с использованием новейших электронных, платежных технологий;
- Дальнейшее развитие высокотехнологичных медицинских услуг.

Эти мероприятия являются основой для развития сферы услуг. Потому что, принимая во внимание текущие потребности и требования, определенные меры важны для развития этого сектора. Для более подробного выполнения этих мероприятий и задач была разработана Программа развития сектора услуг на 2006-2010 годы. Эта программа обширна, с конкретными задачами для каждого чиновника. Областные,

городские и районные хокимияты также разработали свои собственные региональные программы на основе этой программы, и ее реализация регулярно контролируется.

Литература

1.Хамраева С.Н. Формирование агротехнопарков в Узбекистане // European research. 2016. №12 (23). URL: https: //cyberleninka.ru /article/n/ formirovanie-agrotehnoparkov-v-uzbekistane (дата обращения: 18.10.2019).

2. Kurbanova R.J. Improvement of the method for determining of technical condition of the service company. ―Молодой учёный» 2018 г.май.№21 (207).(08.00.00; №18-Ulrich's Periodicals Directory).

3.w.w.w.stat.uz-информация Государственного комитета статистики Республики Узбекистан

УДК 339.37:005

Чиквашвілі Д.О., курсант
Соломіна Г.В., к.е.н., доцент кафедри
фінансово – економічної безпеки
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

ІНТЕГРАЦІЯ ЛОГІСТИКИ ТА МАРКЕНИНГУ В КОНТЕКСТІ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Сучасний етап розвитку стратегічного маркетингу і логістики характеризується їхньою активною інтеграцією у формі єдиної концепції маркетингово-логістичного управління. Результатом такої інтеграції є, по-перше, мінімізація загальних витрат при заданому рівні обслуговування клієнта, по-друге, максимізація корисності маркетингу і логістики, по-третє, прискорення матеріального потоку, а відтак підвищення реакційної здатності економічних систем, побудованих на логістичних засадах, активізуючи таким чином базові чинники конкурентних переваг.

Водночас треба зауважити, що така інтеграція має відбуватися на всіх ієрархічних рівнях в стратегічному та операційному аспектах і це гарантуватиме повноцінне розширення маркетингової концепції задоволення потреб логістичною концепцією у виді формули "7R" відповідності (продукту, кількості, якості, часу, місця, інформації, вартості реалізації).

Логістична концепція розширює коло корисних властивостей

інновацій - логістичною придатністю, під якою мається на увазі здатність інновації до ощадного виконання над нею логістичних операцій, а саме відвантаження, розвантаження, перевезення, відпуск зі складу, збереження, перевантаження з одного виду транспорту на інший, сортування, консолідацію, маркування тощо. Виконання кожної логістичної операції супроводжується відповідними витратами, які несуть конкретні ланцюги логістичної системи. Якщо врахувати існуючу тенденцію до зміщення центру ваги витрат у напрямі від виробничих до транспортно-складських та пакувальних, то логістика є сферою діяльності, де залишаються істотні потенційні можливості скорочення витрат підприємства. Оскільки проблема максимального використання резервів ефективності за рахунок мінімізації логістичних витрат є надзвичайно актуальною для вітчизняних підприємств, вона вимагає конкретних практичних рішень, а саме, у вигляді вдосконалення логістичної придатності інновацій.

З огляду на існування залежності основних виробничих фаз з логістичними витратами, існує необхідність участі менеджерів з логістики в процесі розробки інновацій через забезпення даними щодо логістичних витрат (на пакування, складування, транспортування тощо), які будуть виникати при дистрибуції кожного з альтернативних варіантів інновації, а також витрат на забезпечення поставок цих інновацій, їх обслуговування і ремонт [1]. Такий цілісний підхід у стратегічному аспекті становить необхідну, концептуальну передумову циклічного переміщення товарів і інформації в логістичному ланцюзі у формі обігу товарів і інформації за принципами логістичної циркуляції.

Основним завданням цього етапу логістичної циркуляції є вирішення проблеми інформаційного забезпечення, насамперед мова йде про ідеї, які відповідають ринковим критеріям для нових (або поліпшення існуючих) продуктів та процесів. В інноваційно-логістичному контексті це означає, що ініційовані продуктові та процесні інновації впливають на ринкове середовище підприємства, яке натомість ініціює нові, модифіковані процеси на підприємстві. Між елементами системи відбувається обмін інформації, який активізує взаємні впливи в системі "підприємство - споживачі". З одного боку, підприємство не тільки реагує на зміни в широкому оточенні, але у творчий спосіб втручається у процес формування споживчих потреб. З іншого боку, це означає активне "втручання" ринку (клієнтів, попиту) у процес генерування нових ідей на підприємстві. А значить, виникає логістична інформація, яка є проявом потенціалу логістики і підприємства, створює вихідну базу для ефективного стратегічного планування і реалізації постійних переміщень продуктів (у процесі

розробки, виробництва, використання і можливого повторного застосування продукту) [2].

Логістична циркуляція визначає нові, у концептуальному сенсі, межі охоплення і стратегічного аналізу всіх істотних для підприємства процесів створення цінності - в інноваційних, часових, якісних, екологічних, витратних і інших категоріях. Інтеграція і координація часткових процесів створення і трансформації вартості в масштабі згаданої циркуляції охоплює як інноваційні аспекти (процес створення ідеї і проекту логістичного продукту), так і аспекти, які мультиплікуються. При цьому істотні джерела нових цінностей і логістичних ефектів містяться у сферах, які одночасно становлять так звані маркетингове і логістичне середовище, інформація з яких у свою чергу створює змістовну підставу усіх сфер діяльності підприємства [2].

Роль логістики у формуванні інноваційного потенціалу промислового підприємства полягає у забезпеченні логістичної придатності інновації, тобто її відповідності вимогам логістичного управління; шляхом мінімізації витрат ресурсів і часу, забезпеченні логістичної ефективності інноваційної діяльності; налагодженні міжфункціональної співпраці між підрозділами підприємства і розв'язанні конфлікту цілей; формуванні партнерських стосунків з контрагентами ринку через формування логістичних ланцюгів. Саме цілісний процесний підхід становить концептуальну передумову переміщення матеріальних та інформаційних потоків в логістичному ланцюзі. Крім того, Інновацію можна детермінувати як логістичний продукт, і тоді логістична концепція розширює корисні властивості інновацій логістичною придатністю, що дозволяє значно скоротити логістичні витрати, зокрема витрати на придбання, опрацювання замовлень, транспортування, складування, логістичне обслуговування, контроль за матеріально-технічними ресурсами, з точки зору як окремого підприємства, так і всіх підприємств у логістичному ланцюгу.

Література:

1. Перебийніс, В.І. Транспортно-логістичні системи підприємств: формування та функціонування : монографія. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2005. 207 с.

2. Бородина О.А. Интеграция логистики и маркетинга для формирования инновационного потенциала экономики. *Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки*. 2016. Вип. 31(1). С. 77-84.

УДК 338:911.3

Шамсиев Ф.К., старший преподаватель
кафедры менеджмента
Таджикского государственного университета
права бизнеса и политики

ОЦЕНКА СТРУКТУРНЫХ СДВИГОВ В РЕГИОНАЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОЙ СИСТЕМЫ СОГДИЙСКОЙ ОБЛАСТИ

Устойчивое развитие и оптимизация структуры региональной промышленной системы (РПС) во многом зависит от эффективности механизма его управления, которые позволяют создавать предпосылки для роста эффективности функционирования отдельных предприятий в стартовых условиях формирования корпоративных отношений. Следовательно, одним из факторов, обусловливающих развития региональной промышленной системы Согдийской области выступает формование благоприятных условий развития корпоративных отношений, которое обеспечивает взаимовыгодные взаимодействия субъектов экономики, на основе наличия разных экономических интересов.

Согласно канонов современной науки управления, применение методов наиболее эффективного управления региональной промышленной системы требует специфической методики конкретизации приоритетов промышленного развития, включающей нижеследующие этапы: [3, 30]

На первом этапе должен осуществляться анализ ситуации в региональной промышленной системы в отраслевом разрезе.

Второй этап охватывает изучение внешней среды региональной промышленной системы, который определяет влияние факторов внешней среды на структурное изменение региональной промышленной системы.

Третий этап- включает изучение и оценку внутренней ситуации в отрасли при влиянии внешних факторов. В основе выбранного нами подхода к исследованию региональной промышленной системы лежат четыре координаты: во-первых, выявление степени конкурентоспособности, во-вторых, выявление финансовых возможностей, в-третьих, привлекательность отрасли, в-четвертых, устойчивость обшей конъюнктуры.

На четвертом этапе проводится группировка отраслей промышленности региона.

Следует отметить, что оценка привлекательности промышленных

предприятий с точки зрения повышения эффективности региональной промышленной системы осуществляется путем разработки схем - структур, где приведена характеристика исследования во взаимосвязи и взаимообусловленности в разрезе четырех квадрантов:

- первый квадрант - это добывающая отрасль, которые формируют точки экономического роста, их предприятия имеют хороший финансовый потенциал.

- второй квадрант - включает отрасль промышленной системы, которые имеют стабильный финансовый потенциал, но показатели отрасли по сравнению с первым квадрантом наиболее ниже.

- третий квадрант - это легкая промышленность, которая имеет недостаточный финансовый потенциал, низкий уровень показателей и привлекательности региона, но темпы развития таких отраслей значительно выше.

- четвертый квадрант - машиностроение, которые имеет незначительный финансовый потенциал, нестабильную внешнюю среду, но неплохие показатели привлекательности региона.

Для того, чтобы группировать отраслевую структуру региональной промышленной системы, целесообразно изучить цепное изменение доли каждой отрасли в составе общего объема промышленной продукции. Этот подход позволяет определить процесс или цепочку свойственных изменений, медлительность или резкость происхождения структурных изменений в определенном времени. Перед тем, чтобы группировать отрасли региональной промышленной системы, целесообразно исследовать "особенность" уровня развития (прогрессивный или регрессивный) не в отдельности, а в целом на пределе определенного промежутка времени. [3,32]

Анализ уровня структурного изменения отраслевой доли в составе региональной промышленной системы составлена нижеследующая таблица (табл. 1), показал, что динамика изменений в отраслевом разрезе РПС определяется при помощи различных показателей, один из которых взвешенные средние ежегодные изменения доли быстро растущих отраслей в продукции, уровень занятости работников и в основном капитале.

Этот показатель рассчитываются с помощью математических формул, предложенный экономической комиссией ООН для Европы (ЭКЕ): [4, 24]

$$Y = \sum_{i=1}^{n} = \frac{[S(i*t) - S(i*F)]}{(nP)} \quad (1)$$

где S(i, t) - доля i-ой отрасли в продукции, занятости или капитале в момент t;

F – начало измеряемого периода;

P - конец измеряемого периода;
t - протяженность периода времени;
n - число отраслей, увеличивших свою долю.

Таблица 1

Структурные изменения отраслевой структуры региональной промышленной системы с 2011 по 2017 гг.

Наименование отраслей	2012-2011	2013-2012	2014-2013	2015-2014	2016-2015	2017-2016	Уровень структурных изменений в период с 2012 по 2017 гг.	Доля изменений (базовый 2011)
Добывающая отрасль, в т.ч.								
Добыча энергетич. материалов	+1,1	-0,08	+1,2	0,5	+9,1	+0,1	+2,7	+2,7
Добыча неэнергетич.материалов	-4,8	-1,4	+0,7	-3,6	-0,6	+5,5	-9,1	-9,1
Произ. и расп.электроэнергии, газа и воды	-1,4	+0,5	+0,7	-0,7	-1,4	+0,1	-0,9	-0,9
обрабатывающая отрасль в т.ч.								
- пищевых прод., напитки и др.	+14,9	+2,9	-15,4	-0,1	-7,4	-0,7	+2,3	+2,3
- текстильное и швейное	-7,5	-3,0	-0,6	-2,3	-1,3	-0,6	-12,2	-12,2
- кожи, изделий из кожи и обуви	+0,9	0,0	0,0	+0,3	0,1	-0,1	+1,2	+1,2
- древесины и изделий из дерева	-0,8	-0,1	+0,1	+0,2	0,0	-06	+0,6	+0,6
- целлюлозно-бумажное, полиграфическое	+0,1	-0,1	+0,2	-0,1	-0,1	0,0	+0,1	+0,1
- нефтепродуктов	-0,1	-0,3	-0,2	-0,1	0,0	+0,2	-0,7	-0,7
- химическое	0,0	0,0	0,0	+1,4	-0,3	-0,2	+1,4	+1,4
- резиновых и пластмассовых изд.	+0,5	-0,3	+0,5	-0,1	-0,3	-0,2	+0,6	+0,6
- проч. неметалич. минеральных	-0,4	+0,4	+0,6	+2,0	+1,7	-2,0	+0,6	+0,6
- металлургическое	-0,1	0,0	+11,7	+4,9	+1,7	-1,4	+16,5	+16,5
- машиностроение	-0,2	0,0	+0,3	0,0	-0,3	0,0	+0,1	+0,1
Прочие отрасли промыш-и	+0,01	+0,08	+0,2	-0,1	-1,4	0,0	+0,2	+0,2

Рассчитано по: «Таджикистан: 20 лет государственной независимости», статистический сборник Согдийской области: Худжанд, АСПРТ, 2011. - С.247,283; Статистический сборник Согдийской области Республики Таджикистан // Статистический сборник. - Худжанд, АСПРТ, 2017. - С.182., Статистический сборник. - Худжанд, АСПРТ, 2018. - С. 86-89.

В ходе анализа с помощью применяющейся формулы к нашему исследованию определяется уровень структурных изменений региональной промышленной системы на начало и конец исследуемого периода. Для более точного определения интенсивности структурных изменений формула примет следующий вид:

$$Y\frac{Q}{n*t}(2)$$

С помощью применяемой формулы определяется увеличение или уменьшение доли каждой отрасли в пределе 6 лет с учетом того, что 15 отраслей за данный промежуток времени увеличили свою долю в общем объеме промышленной продукции региона.

Анализ и оценка отраслевой структуры в региональной промышленной системе показывает, что уровень структурного сдвига каждой отрасли в общем объеме промышленной продукции с 2011 по 2017 гг. изменялся хаотически. В итоге цепных изменений доля каждой отрасли в пределах анализируемого периода идентична уровню структурного изменения 2017-2011 гг. [7, 247,283; 6,182], что подтверждает предположение о том, что уровень структурного изменения показывает процесс изменения доли промышленной продукции, а уровень развития- результат изменения доли отраслей за анализируемый период (табл. 2.).

Таблица 2

Изменения доли отраслей в РПС за период 2011-2017 гг.

Наименование отраслей	**I**	**II**
Добывающая отрасль, в т.ч.		
Добыча энергетических материалов	+	+0,14
Добыча неэнергетических материалов		-0,5
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды		-0,05
Обрабатывающая отрасль, в т.ч.		
- пищевых продуктов, напитки и табака	+	+0,12
- текстильное и швейное		-0,6
- кожи, изделий из кожи и обуви	+	+0,06
- древесины и изделий из дерева	+	+0,03
- целлюлозно-бумажное, полиграфическое	+	+0,005
- нефтепродуктов		-0,04
- химическое	+	+0,07
- резиновых и пластмассовых изделий	+	+0,03
- прочих неметаллических минеральных	+	+0,03
- металлургическое	+	+0,8
- машиностроение	+	+0,005
Прочие отрасли промышленности	+	+0,01
Примечание: I - отрасли, увеличившие свою долю за анализируемый период - Q; II - интенсивность структурных изменений (Y= Q/n*t), при n=15 и t=6.		

Рассчитано по: Таджикистан: 20 лет государственной независимости//Статистический сборник Согдийской области. - Худжанд, АСПРТ - 2011 - С.247,283; Статистический сборник Согдийской области Республики Таджикистан // Статистический сборник. - Худжанд, АСПРТ, 2017. - С.182; Статистический сборник. - Худжанд, АСПРТ, 2018 С. 86-89.24.

Из таблицы 2. видно, что отрасли производства и распределения

электроэнергии, газа и воды, производства кожи, изделий из кожи и производства обуви, обработки древесины и производства изделий из дерева, производства резиновых и пластмассовых изделий, производства прочих неметаллических минеральных продуктов и машиностроения за анализируемый период почти с одинаковой интенсивностью превышают свою долю, а в отраслях добычи неэнергетических материалов, производства пищевых продуктов, включая напитки и табак, в текстильном и швейном производстве, в металлургическом производстве и производстве готовых металлических изделий (от 0,8) наблюдаются тенденции структурного сдвига. В отраслях как текстильное и швейное производство, производство нефтепродуктов, химическое производство, целлюлозно-бумажное производство, издательская и полиграфическая деятельность происходило уменьшение уровня в производстве и постепенный анти-сдвиг.

На пятом этапе на основе изучения и определения уровня развития промышленности и группировки отраслей региональной промышленной системы нужно выбрать определенные инструменты влияния органов государственной власти, субъектов государства на восстановление (для тех отраслей, которые теряют свою долю, из общего объема РПС), и обеспечение темпа развития отрасли, который в этот период функционируют с низкими темпами роста.

Целесообразно делить эти отрасли РПС на четыре составные квадранты:

1. Следует способствовать дальнейшему продвижению промышленных предприятий этих отраслей на рынок, а также стимулировать их развитие и оказывать повсеместную поддержку;
2. Следует задействовать мощности этих отраслей на увеличение их конкурентоспособности, необходимо повысить привлекательность территорий;
3. Данные отрасли РПС не имеют перспективу, их можно поддержать только в особых случаях, если этого требуют государственные интересы;
4. Следует способствовать повышению общей устойчивости внешней конъюнктуры, а также расширить финансовые возможности этих отраслей.

Список использованной литературы:

1. Анализ факторов, влияющих на развитие пищеперерабатывающего сектора Республики Таджикистан, ориентированного на экспорт// Austrian Development Cooperation. - Душанбе, 2014. - С.44.

2. Дохолян, С.В. Гаджиалиев Р.К. Теоретические аспекты осуществления структурных преобразований в промышленности// Региональные проблемы преобразования экономики. ИСЭИ ДНЦ РАН. - Махачкала, 2006. -№3-4. -С.29-34.

3. Красильников О.Ю. Теоретико-методологические основы исследования структурных сдвигов в современной российской экономике. // дисция. докт. экон. наук: 08.00.01. - Саратов, 2001. - С. 24, 29,62, 77.

4. Национальные стандарты по корпоративному управлению Республики Таджикистан// Агентство по развитию рынка ценных бумаг и специализированного регистратора Министерства финансов Республики Таджикистан. - Душанбе, 2011. - 45 с.

5. Сатистический сборник Согдийской области Республики Таджикистан // Статистический сборник. - Худжанд, АСПРТ, 2017. - С.182;

6. Таджикистан: 20 лет государственной независимости//Статистический сборник Согдийской области. - Худжанд, АСПРТ - 2011 - С.247.

УДК 330.3

Шандова Н.В., д.е.н., завідувач кафедри економіки, підприємництва та економічної безпеки,
Херсонський національний технічний університет

НАЦІОНАЛЬНІ МОДЕЛІ ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Стійкі особливості економічного зростання конкретної національної економіки з урахуванням дії економічних (фактори виробництва) і неекономічних (географічних, природно-кліматичних, геополітичних, соціокультурних і інших) факторів, а також цілей економічного розвитку країни формують національні моделі економічного зростання.

У ході соціально-економічного розвитку країна, як правило, встигає змінити кілька моделей економічного зростання з ряду причин: змінюються системно-історичні типи зростання в ході розвитку світової економіки, і як наслідок, змінюються комбінації факторів зростання – одні фактори втрачають свою силу, інші, навпаки, підсилюються; міняється «історична траєкторія» конкретної країни в силу тривалих економічних криз, посилення геополітичної напруженості, наслідків війн. Зміна моделі економічного зростання означає зміну домінуючих факторів, які повинні визначати його динаміку на досить тривалому

тимчасовому відрізку (співвідношення праці й капіталу; розподіл ВВП на споживання, нагромадження й інвестиції; джерела трудових ресурсів і інвестицій і ефективність їх використання).

Національна модель економічного зростання має свій внутрішній потенціал і «запас міцності», заснований на дії певної комбінації факторів економічного зростання. З метою підтримки стійкої траєкторії економічної динаміки не можна допускати зниження ефективності дії факторів економічного зростання. При вичерпанні потенціалу факторів необхідне їх заміщення.

Як приклад можна привести китайську модель економічного зростання, де робився акцент на капіталомістке зростання, і яка вже більш тридцяти років показує високі результати як по темпах росту, так і по ряду соціально-економічних показників, а керівництво КНР враховуючи світові тенденції, завчасно коректує модель росту в країні, стимулюючи нові фактори зростання замість тих, що вибувають. Китай активно організує діалог з інвесторами, прагне, у всякому разі в деклараціях, дотримувати прав інтелектуальної власності, вносить зміни в законодавство у зв'язку із вступом країни в СОТ. З іншого боку, чітко проглядається тенденція до жорсткого дотримання національних пріоритетів і селективній підтримці обраних галузей і видів діяльності [1].

Інший приклад: американська модель економічного зростання яка в період 1990–2000 рр. демонструвала ріст продуктивності в промисловості в середньому на 4% у рік, у період 2000–2007 рр. – на 4,7%, а в період 2007–2015 рр. динаміка приросту продуктивності вже сповільнилася до 1,6% у рік, повернувшись до рівня 1987–1990 рр. [3]. Особливістю економіки США є те, що тактичні кроки по забезпеченню стабільного економічного зростання завжди співвідносяться зі спрямованістю на майбутнє інноваційного й людиноорієнтованого розвитку. Курс на інновації - це основа американської економічної політики, про що свідчить прийнятий закон Бея-Доула (1980 р.), який передбачає переведення університетських досліджень у реальні джерела доходу; фінансування федеральних програм, таких як: підтримка інноваційних досліджень малого бізнесу (SBIR), поширення технологій малого бізнесу (STTR), створення інвестиційних компаній для малого бізнесу (SBIC). В межах програми SBIC уряд США надає державне фінансування молодим компаніям, у тому випадку якщо підприємець зміг залучити кошти приватних інвесторів у співвідношенні 2:1 або 3:1 [4]. З іншого боку, метою американської національної економічної діяльності є розвиток самого споживача цих послуг - людини, яка готова споживати ці принципово нові види товарів

і послуг, що у свою чергу стимулює інвестиції в освітню й соціально-культурну сферу.

У моделі економічного зростання Німеччини також можна відзначити деяке зниження темпів росту ВВП (в 2014 р. – 1,6%, в 2015 – 1,5%) [7], однак держава націлена на розробку й реалізацію інноваційної політики, завданням якої є переведення економіки Німеччини на інноваційну модель розвитку.

Модель економічного зростання Франції багато в чому подібна до німецької. Особливостями французької соціально-демократичної моделі є те, що роль держави в економіці значна (через держбюджет проходить близько 54% ВВП). Держава бере активну участь у фінансуванні НДДКР, які також пов'язані з пошуком нових факторів зростання.

Досвід розвинених країн свідчить, що розгортання неоіндустриального типу економічного зростання супроводжується процесом реіндустріалізації економіки, відновленням провідної ролі промислового сектору в національній економіці (яка була ослаблена в період панування інформаційно-індустріального типу росту) на новій технологічній основі.

В Україні існуюча соціально-економічна модель хоча й дозволила створити певні контури ринкової економіки, її інфраструктури, у той же час не забезпечує нормального функціонування ринку й перешкоджає дії ринкових стимулів розвитку виробництва. Ринкові відносини носять поверхневий і формальний характер. Відсутні необхідні елементи механізму цивілізованого формування й відтворення капіталу, без яких накопичення утворюються за рахунок використання державного бюджету, ухиляння від податків, порушення законності. Зберігається ситуація, коли доходи пануючих соціальних груп значною мірою не пов'язані із прогресом національної економіки, а визначаються шляхом розділу й перерозподілу суспільного багатства. За рівнем концентрації частини національного багатства в руках олігархів Україна є світовим лідером, але розмір задекларованих доходів, з яких сплачуються податки, не перевищує 6% від загальних доходів [2]. У той же час, українські підприємці з інноваційними ідеями зазнають труднощів з одержанням банківських позик, а накопичити кошти для того, щоб втілити свої ідеї в життя, їм складно. Система венчурного фінансування на сьогоднішній день відсутня. Результат – значна втрата тих ресурсів, які можуть дозволити економіці України перейти від аграрно-сировинної до сучасної високотехнологічної.

Майбутнє економіки залежить від багатьох обставин – технологічних, зовнішньополітичних, кон'юнктурних. Ключовими

факторами в більшості моделей є фактори виробництва з урахуванням їх деталізації. Однак існує цілий ряд непрямих факторів, які також відіграють важливу роль у конкретній національній економіці [6]. До таких факторів відносяться: фактори міжнародної торгівлі, інститути й політика, соціокультурне середовище, а також демографічні фактори.

Фактор міжнародної торгівлі може впливати на інновації й економічне зростання, що пов'язане з підвищенням місткості ринку для інновацій, розширенням кола ресурсів для використання у виробництві, забезпеченням доступу до виробленої в інших країнах продукції виробничого призначення.

Вплив політичних, соціокультурних, природно-кліматичних факторів на економічне зростання забезпечується за допомогою інститутів, які відповідають за умови парітету споживчого попиту й інвестицій, ефективність ринків, що формують перелив капіталу, ефективність державного регулювання, залучення у світову торгівлю.

Економічна політика, зокрема, грошово-кредитна формується змінами в пропозиції грошей, що пов'язане з інвестиціями в інноваційні технології й впливає на економічний ріст.

Демографічні фактори, такі як щільність населення й особливості територіального розміщення населення, можуть трансформуватися в обмеження економічного зростання, що прямо випливає з виведеної А.Смитом закономірності, згідно з якою «поділ праці обмежується розмірами ринку» і тому «існують професії, навіть найпростіші, якими можна займатися тільки у великому місті» [5].

Таким чином, щоб подолати кризу й відновити економіку, в Україні повинна бути розроблена інноваційна модель економічного зростання, яка повинна відповідати тенденціям світового розвитку з урахуванням трендів провідних індустріальних країн, які полягають в переході до неоіндустриального типу зростання, що, у свою чергу, підвищує вимоги до факторів виробництва й, зокрема, до якісної робочої сили, що реалізує переважно творчі й управлінські функції.

Важливу роль в економіці країни повинна відіграти держава, тому що досягнення високого й стабільного економічного зростання вимагає ефективних державних реформ і програм щодо розвитку економіки що включають розв'язок завдання реіндустриалізації країни, відновлення обробної промисловості й високотехнологічних послуг у зв'язці з наукою на новій, неоіндустриальній технологічній основі.

Література

1. Максимова О.І. Економіка Китаю: перспективи зміни моделі економічного зростання // Східна аналітика. - 2014. - № 4. - С. 22.

2. 5. Нигматуллин Р.І. Україна: ціна незалежності // Свободная мысль. – 2014. – № 2. – С. 59–82.

3. 2. Пороховский А.А., Фоміна В.С. Великий бізнес у США: динаміка й сфери впливу // США – Канада: економіка, політика, культура. - 2017. - № 10. - С. 16.

4. 3. Родіонова Я. А., Гуремина Н. В. Аналіз досвіду інноваційного розвитку США // Матеріали VIII Міжнародної студентської електронної наукової конференції «Студентський науковий форум», 2016. http://www.scienceforum.ru/2016/pdf/27108.pdf

5. 6. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эксмо, 2007, с. 79.

6. 7. Шандова Н.В. Методологія та практика управління стійким розвитком промислових підприємств : монографія / Н.В. Шандова. – Херсон : ПП Вишемирський В.С., 2014. – 424 с.

7. 4. World economic outlook database, October 2015.

УДК 339.1

Яновський Д.Л., здобувач вищої освіти
Науковий керівник: Бавико О.Є., д.е.н., доцент
Одеський національний політехнічний університет

ТЕНЛЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РИНКУ ФУНКЦІОНАЛЬНИХ ПРОДУКТІВ

Прискорений технологічний розвиток за часів постіндустріального суспільства стає запорукою постійного вдосконалення виробничих процесів. Ця тенденція прослідковується не тільки у сфері виробництва сучасної техніки, а й у сфері виробництва продуктів харчування. Одним з основних трендів розвитку харчової промисловості в останнє десятиріччя стало виробництво функціональних продуктів під якими Scientific Concepts of Functional Foods in Europe розуміє продукти, що мають виражений фізіологічний ефект, який проявляється у позитивному впливі на функціональний стан фізіологічних систем організму людини за рахунок запобігання або усунення наявного в організмі людини дефіциту поживних речовин [1]. Основною якісною характеристикою функціональних продуктів має бути збереження та поліпшення здоров'я людини [2].

Виробництво функціональних продуктів, окрім комерційного зиску, набуло актуальності у контексті вирішення проблеми забезпечення збалансованості та поживності раціону харчування населення України.

Низький рівень доходів громадян пострадянських країн спонукає до переважного споживання недорогих продуктів, що містять велику кількість вуглеводів і транс-жирів. Саме такі продукти є однією з основних причин зростання кількості серцево-судинних захворювань в Україні, які за інформацією Міністерства охорони здоров'я України є причиною 66% смертей [3].

Низька купівельна спроможність та культура харчування визнані одними з основних детермінант демографічної кризи. В Україні, середня очікувана тривалість життя при народженні складає 68,3 роки. Відповідний показник у країнах Європейського Союзу складає 75,4 років. Демографічна проблема набула державного визнання та стала предметом багатьох урядових програм, які на жаль спрямовуються на усунення наслідків несприятливих умов життя населення України.

Особливість постіндустріального суспільства полягає у вільному розповсюдженні та доступі до інформації [4-5]. Саме завдяки розповсюдженню кричущих фактів про низьку якість життя та стан здоров'я українців, у суспільстві формується тренд популярності та престижності здорового способу життя. Одним зі складових елементів відповідного тренду є зацікавленість все більшої кількості людей у повноцінному харчуванні. Наше дослідження думки покупців великих мережевих супермаркетів України показує, що у 2019 р. кількість покупців, які були готові витрачати кошти на придбання функціональних продуктів збільшилась у порівнянні з 2017 р. на 15,5%.

За відповідних умов можна прогнозувати зростання зацікавленості торговельних мереж у розширенні відповідних сегментів свого асортименту.

Функціональні продукти харчування та напої на сьогоднішній день є найбільш швидкозростаючим сегментом харчової галузі на світовому ринку. За даними дослідження Euromonitor International, глобальний ринок продуктів для здоров'я, в тому числі функціональних, гіпоалергенних, органічних оцінювався у 2017 р. в 770 млн євро.

Згідно з дослідженням Leatherhead Food International, Японії традиційно належить майже 40% світового ринку функціональних продуктів, частка США складає близько 30%, а частка п'яти європейських країн (Великобританія, Іспанія, Італія, Франція і Німеччина) - понад 28%. Великобританія стала найбільшим європейським ринком функціональних продуктів, наздогнавши Францію. За прогнозом Leatherhead Food International, ринок європейської п'ятірки за останні три роки може зрости на 27,6%.

Активно зростає сегмент здорових продуктів в країнах БРІК. Так, в 2011 році сегмент здорової їжі в Китаї оцінювався в 8,5 млрд євро, в

Бразилії - 3 млрд євро. За прогнозом Euromonitor, сегмент напоїв здоров'я і гарного самопочуття (H & W) на світовому ринку до 2019 року буде рости на 7,5% в рік, тоді як сегмент звичайних напоїв буде збільшуватися на 6,7% в рік [6].

Дослідники тенденцій харчового ринку зауважують, що глобальний ринок харчових продуктів та його функціональний сегмент мають сталу тенденцію до зростання [7-8].

Частка сегменту функціональних продуктів на харчовому ринку України була визначена шляхом розрахунку відповідної частки в асортименті супермаркетів торговельних мереж «Таврія В», «Копійка», «Сільпо», «АТБ». За результатами спостережень було встановлено, що частка функціональних продуктів протягом 2010-2015 років на харчовому ринку становила 0,9-1%. Але в останні три роки ця частка зросла приблизно на 0,3%. На основі узагальненої інформації Державної служби статистики України щодо обсягів роздрібного товарообігу продуктового сегменту споживчого ринку, який становить у 2018 р. – 289,7 млрд грн, було визначено річні показники обсягів сегменту функціональних продуктів, які склали 3,8 млрд грн.

Враховуючи наявність тренду до збільшення попиту на функціональні продукти та загальну стабілізацію соціально-економічної ситуації, можна прогнозувати зростання обсягів відповідного сегменту на рівні 1-3% щорічно.

Структура асортименту функціональних продуктів харчування у супермаркетах торговельних мереж, які працюють у м. Одеса («Таврія В», «Копійка», «Сільпо», «АТБ»), може бути представленою чотирма основними товарними підгрупами:

- дієтичні кисломолочні продукти (38% від загального обсягу);
- каші та пластівці з вітамінними, мінеральними та протеїновими збагачувальними добавками (32% від загального обсягу);
- вітамінізовані та енергетичні напої (12% від загального обсягу);
- хлібобулочні та макаронні вироби (10% від загального обсягу);
- енергетичні та протеїнові батончики (8% від загального обсягу).

Література:

9. Scientific Concepts of Functional Foods in Europe. *British Journal of Nutrition*. 1999. Vol. 81. P. 1-27.

10. Бавико О.Є. Семантична генеза поняття якість у підприємницькій діяльності та стандартах з управління якістю. *Інвестиції: практика та досвід*. 2016. № 23. С. 24-26.

11. Захворюваність населення 2018 : Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua (дата звернення 18 вересня

2019).

12. Бавико О.Є. Синхронізація розвитку ринку інформаційно-комунікаційних технологій в Україні з глобальними трендами. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2018. № 1. С. 272-283.

13. Бавико О.Є. Основні тенденції розвитку внутрішнього ринку електронної комерції в Україні. *Торгівля і ринок України*. 2019. № 1(45). С. 32-40.

14. Мировой рынок продуктов для здоровья: Euromonitor International. URL: http://www.euromonitor.com/ru-euromonitor-about-us (дата звернення 20 вересня 2019).

15. Бавико О.Є. Якість рибної продукції та основні тенденції розвитку внутрішнього ринку. *Торгівля і ринок України.* 2017. № 2 (42). С. 28-35.

16. Бавико О.Є. Тенденції розвитку внутрішнього ринку макаронних виробів в Україні. *Торгівля і ринок України*. 2018. № 1(43). С. 43-50.

СЕКЦІЯ 5

Сучасні проблеми та пріоритети діяльності торговельних підприємств

УДК 631

Анісімов М.Д., магістрант
Одеський національний економічний університет
Балджи М.Д., д.е.н., професор,
Одеський національний економічний університет

ОБҐРУНТУВАННЯ ВПРОВАДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗШИРЕННЯ СФЕРИ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови функціонування вітчизняних торговельних підприємств характеризуються зростанням рівня невизначеності зовнішнього середовища, підвищеними вимогами до якості товарів і обслуговування покупців, нестабільністю в суспільстві, загостренням конкуренції на внутрішньому ринку. Це спонукає торговельне підприємство відстежувати тенденції розвитку ринку товарів, формувати шляхи підвищення конкурентних переваг з орієнтуванням на світові тенденції, що значною мірою може бути досягнуто на основі ефективної стратегії розширення сфери діяльності підприємства.

Для стратегії розширення сфери діяльності характерне значне перевищення рівня розвитку підприємства за рахунок якісних перетворень всередині підприємства, які визначаються більш високим науково-технічним рівнем виробництва, використанням новітніх технологій, сучасних систем планування, організації та управління виробничою діяльністю. Ця стратегія спрямована на зростання потенціалу підприємства шляхом розширення і оптимізації асортименту товарів, впровадження активної товарної політики, концентрації усіх ресурсів на просування товарів, які мають найбільші конкурентні переваги.

Головним орієнтиром при формуванні зазначеної стратегії для торговельного підприємства має бути вдосконалення товарної політики, що можливо завдяки досягненню конкурентної переваги підприємства на довгостроковий період. Товарна політика підприємства може здійснюватися в наступних напрямах:

- розширення товарної номенклатури за рахунок включення в неї нових асортиментних груп товарів;
- збільшення насиченості товарної номенклатури в рамках існуючих номенклатурних груп;
- поглиблення товарної номенклатури за рахунок збільшення чисельності кожного товару;
- удосконалення технічного і технологічного рівня виробництва

продукції;

- реалізація структурних зрушень у виробництві продукції підприємства відповідно до потреб ринку.

Пропонується наступні етапи формування товарної стратегії:

1) дослідження потенційних товарних ринків, на які повинне орієнтуватися підприємство;

2) діагностика позиції інноваційної продукції на ринку;

3) розробка номенклатури нових товарів;

4) формування і відбір переважних варіантів товарного асортименту.

На нашу думку, формування стратегії розширення сфери діяльності торговельного підприємства необхідно здійснювати з використанням рангового аналізу асортименту товарів, за алгоритмом, що поданий на рисунку 1. Він включає основні складові: 1) ранговий аналіз фактичної структури асортименту продукції підприємства; 2) аналіз чинників, що впливають на асортимент продукції; 3) розробку заходів щодо оптимізації структури асортименту; 4) ранговий аналіз оптимізованої структури асортименту, 5) організацію та контроль за поставками оновленого асортименту.

Завершальним кроком стратегії виступає оцінка її ефективності. Стратегію неможливо оцінити лише за одним узагальнюючим показником, адже вона охоплює різні напрями діяльності і може бути спрямована на декілька сфер впливу. Оцінюють стратегію за якістю запланованих дій та успішністю їх реалізації. Іноді розроблення стратегії заслуговує високої оцінки, однак її впровадження не дає очікуваних результатів (навпаки, невдало організоване управління порушило заплановані терміни переходу на випуск нової продукції, внаслідок чого підприємство зазнає збитків).

Головним критерієм якості обраної стратегії вважають економічні результати діяльності торговельного підприємства. Для дослідження й оцінки стратегії доречно застосувати оригінальну методику, яка передбачає: формування переліку показників визначення економічного розширення; встановлення нормативних співвідношень між темпами обраних показників, тобто побудову нормативної структури показників відповідно до конкретних умов; вибір нормативної структури показників з урахуванням особливості ситуації; визначення фактичної структури показників, яка відображає реальний стан функціонування підприємства; оцінку відповідності між нормативною та фактичною структурою показників; виявлення зовнішніх та внутрішніх чинників, які визначають фактичну структуру показників і ступінь їхнього впливу; формулювання висновків про результати діючих у минулому стратегій і доцільність розроблення стратегії.

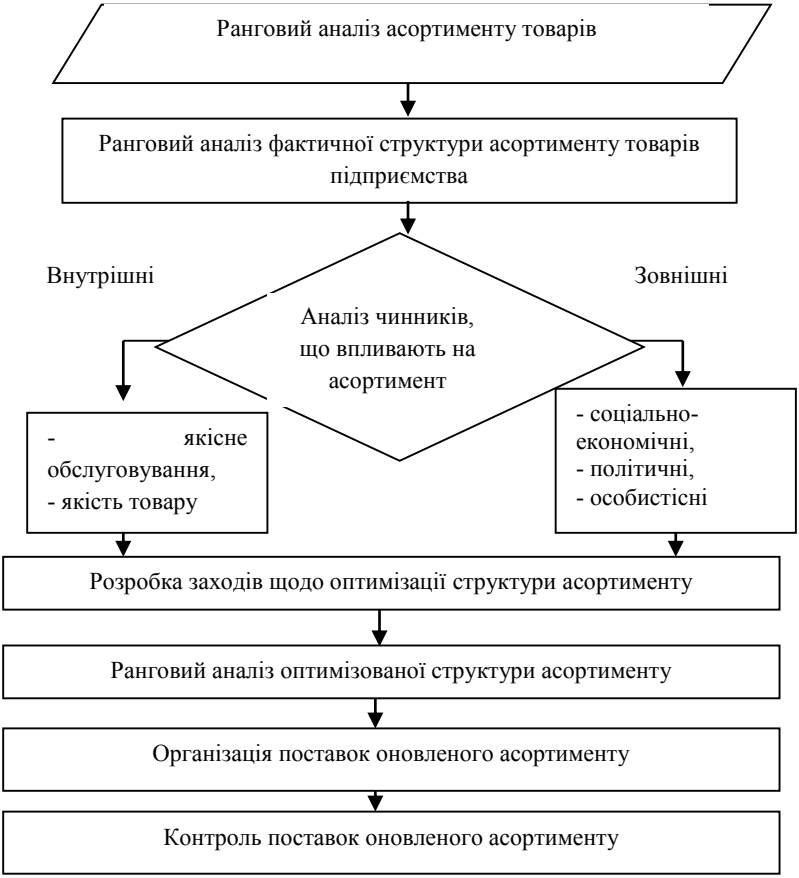


Рис. 1. Формування стратегії розширення сфери діяльності торговельного підприємства на основі рангового аналізу асортименту товарів

Зазначена методика була використана при аналізі діяльності підприємства ТОВ «Еліт Плюс», метою якого є одержання прибутку шляхом здійснення комерційної та іншої господарської діяльності. При чому акцент зроблено на конкурентні переваги торговельного підприємства. Для обраного підприємства, було підібрано декілька параметрів, які характерні безпосередньо для нього на внутрішньому ринку, до яких відносяться: організаційні, функціональні та

управлінські (рис. 2).

Рис. 2. Конкуренті переваги торговельного підприємства

Отже, при розробці стратегії доречно враховувати специфічні особливості торгівельного підприємства. Для ТОВ «Еліт Плюс» обґрунтовано впровадження стратегії розширення сфери діяльності, яка дозволить зайняти найбільший сегмент ринку відповідних товарів завдяки аналізу асортименту, підвищенню конкурентоспроможності та, як наслідок, отримати підвищення доходів.

Список літератури

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. СПб, 2007. 496 с.

2. Стратегии инновационного развития экономики: монография / под ред. П.Г. Перервы, О.И. Савченко. Харьков, 2013. 243 с.

3. Томпсон А., Стрикленд А. Стратегический менеджмент. Концепции и ситуации для анализа. К.: Вильямс, 2003. 924 с.

УДК 339.33 (477)

Власенко Н.О., студентка, гр. ПВ-1, ФБСО
Науковий керівник: Сотник А.А., к.е.н.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОЦІНКА СУЧАСНОГО СТАНУ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Важливе значення у розвитку національної економіки відіграє оптова торгівля, адже, саме вона сприяє більш повному задоволенню потреб споживачів і має позитивний вплив на соціально-економічний розвиток країни в цілому.

На сьогоднішній день в країні тривають активні процеси реформування економіки, тому відчувається потреба в детальному дослідженні перспектив розвитку оптової торговельної ланки держави. До цього спонукають існуючі та прогресуючі недоліки функціонування оптової торгівлі: стрімко зростаючий ланцюг посередників в каналах просування товарів; значна частка тіньових структур на оптовому ринку; нераціональний механізм ціноутворення тощо.

Діяльність оптових підприємств, а також теоретичні та практичні аспекти функціонування оптової торгівлі знайшли висвітлення у наукових працях таких провідних вчених-економістів, як В.В. Апопій, Л.В. Балабанова, М.Д. Виноградський, А.В. Войчак, С.М. Загладіна, Л.В. Осіпова та ін. Головними завдання оптової торгівлі є: створення найбільш сприятливих умов для суб'єктів оптового торговельного ринку, забезпечення раціонального товарообігу, задоволення попиту організованих споживачів та підприємств роздрібної торгівлі (в зручний для них час, у необхідній кількості, відповідній якості й потрібному асортименті) [1, с. 141].

Ланка оптової торгівлі забезпечує виконання наступних завдань:

– формування потоків товарів і направлення їх від виробника до покупця із мінімальним рівнем витрат обігу та максимальною швидкістю товароруху;

– формування, збереження й управління запасами товарів, які необхідні для своєчасного забезпечення суб'єктів товарного ринку у випадку зміни кон'юнктури ринку;

– формування попиту на нові товари, а також просування їх на товарний ринок;

– спонукання товаровиробників до виготовлення нових товарів, які викликані змінами запитів та вподобань покупця, підвищення їхньої купівельної спроможності. Оптова торгівля відстежує зміни

кон'юнктури ринку, попиту споживачів і чинить тиск на товаровиробників з метою реагування на них;

– професійне обслуговування й консультування покупців, особливо стосовно технічно складних товарів і товарів спеціального призначення.

Варто зазначити, що українські оптові компанії не виконують:

– оцінку потреб і попиту – не достатньо працюють аналітичні та маркетингові служби;

– перегрупування та сортування товарів − не розвинені логістичні центри;

– надання інформації та консультаційних послуг, яка передбачає наявність висококваліфікованих технічних фахівців;

– полегшення покупки, яка передбачає біржову торгівлю, що не розвинена на даний час в Україні;

– полегшення продажів, яка виконується за рахунок скорочення дилерської мережі;

– надання ринкової інформації, яка не характерна для України через відсутність спеціалізованих аналітичних центрів, стабільності на ринку, знання кредитних історій, престижної репутації.

Незважаючи на негативні явища в країні, складну політичну та економічну ситуацію, оптова торгівля має певні позитивні тенденції розвитку.

Характерною тенденцією розвитку оптової торгівлі останніх років в Україні є поступове скорочення кількості оптових підприємств за рахунок укрупнення, злиття, об'єднання малих і середніх оптових структур, розвиток оптово-роздрібної мережі.

Кількість підприємств оптової та роздрібної торгівлі починаючи з 2010 року значно скоротилася. Розглядаючи структуру підприємств оптової та роздрібної торгівлі можна зазначити, що найбільшу питому вагу займають малі підприємства більше 96% і незначну долю великі підприємства. Ця тенденція спостерігається протягом років, що аналізуються

За даними дослідження діяльності оптових підприємств (приблизно 34 тис. підприємств), оптовий товарооборот склав 1908,7 млрд. грн, що у порівнянних цінах на 2,8 % більше від обсягу 2016 р.

У 2017 р. обсяг оптового товарообороту в середньому на одне підприємство збільшився і становив 56,2 млн. грн проти 45 млн. грн у 2016 р.

Сьогодні вітчизняна оптова ланка не має в достатній кількості сучасно обладнаних складів з новітньою технологією складської обробки товарів. При низькому рівні забезпеченості складами, значна площа закритих складів здається в оренду, оскільки для суб'єктів

господарювання це найбільш легкий спосіб отримання доходів. Більшість таких посередників не здатна професійно виконувати свої функції, тому майже 60 % оптового товарообороту – це продаж товарів іншим оптовим підприємствам.

Протягом декількох останніх років більше третини загальної кількості оптових підприємств були збитковими. Це спричинено значним обсягом операційних витрат і низькою результативністю оптової торговельної діяльності, що спричиняє скорочення платежів оптових підприємств до бюджету країни, а також знижуються можливості їх інвестиційно-інноваційного розвитку. Переважна більшість підприємств оптової торгівлі – це малі підприємства з кількома працівниками, що не володіють належною матеріально-технічною базою, частка таких підприємств складає більше 94 % загальної кількості. Такі підприємства не в змозі здійснювати повний цикл обслуговування клієнтів і позитивно впливати на функціонування ринку.

Аналіз складу оптового товарообороту в розрізі регіонів свідчить, що більше 70 % обсягу оптового товарообороту країни припадає на підприємства чотирьох регіонів: Київської (6,7 %), Дніпропетровської (7,5 %), Донецької (5,5 %), та Харківської (5,1 %) областей [2].

Факторами, які негативно впливають на розвиток підприємств оптової торгівлі є:

– недосконаліть нормативно-правової бази щодо регулювання діяльності підприємств оптової торгівлі;

– нездатність таких підприємств пристосуватись до змінних ринкових умов з тим, щоб стати потрібним оператором у системі збуту і розподілі продукції завдяки наданню спектру послуг;

– зростання вартості оренди складських приміщень та технічного обладнання.

Враховуючи наявні проблеми у сфері оптової торгівлі товарами довгостроковими орієнтирами та пріоритетами розвитку сфери оптової торгівлі в Україні повинні стати:

✓ створення розвинутої структури каналів переміщення товарів; підтримка необхідної інтенсивності товаропотоків;

✓ формування резервних джерел фінансового забезпечення процесу руху товарів.

Варто зазначити, що основними стратегічними напрямами розвитку підприємств оптової торгівлі є:

– створення нових форматів діяльності оптових торговельних підприємств, що здатні пропонувати найбільш повний спектр основних та додаткових послуг;

– формування нових умов співпраці оптових торговців з

товаровиробниками та роздрібними торговельними підприємствами;

– посилення інтеграційних процесів на ринку оптових торговельних послуг, тобто утворення об’єднань торговельних посередників, здатних найбільш повно та ефективно задовольняти інтереси клієнтів;

– фінансове оздоровлення та підвищення ефективності діяльності суб’єктів оптового торговельного бізнесу

Підсумовуючи наведене вище, можна зробити висновок, що на сучасному етапі, який характеризується трансформацією національної економіки та активним розвитком інфраструктури ринку, зростає роль оптової торгівлі, яка в свою чергу забезпечує взаємозв'язок виробництва і споживання. На сьогоднішній день оптова торгівля в Україні має позитивну динаміку розвитку, яка характеризується збільшенням обсягів товарообігу та створенням додаткових можливостей для розвитку економіки країни.

Список використаної літератури:

1. Кравченко М. С. Аналіз сучасного стану розвитку торгівельної галузі України / М. С. Кравченко // Вісник Приазовського державного технічного університету : зб. наукових праць / ПДТУ. – Маріуполь, 2016. – Вип. 31, Т. 2. – С. 139–145.

2. Матеріали Державного комітету статистики України: – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.org

УДК 339.137.2

Дерев’янчук Т. І., магістрант, гр. ЗПВ-18м, ФБСО
Науковий керівник: Бужимська К.О., к.е.н., доц.
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Одним з головних факторів комерційного успіху на ринку для підприємств роздрібної торгівлі є їх конкурентоспроможність. Для забезпечення ефективного функціонування на ринку, підприємства роздрібної торгівлі повинні враховувати діяльність конкурентів. Практично всі підприємства роздрібно торгівлі стикаються з такою проблемою, як конкуренція, і тому для того, щоб виживати в умовах невизначеності та динамічно розвиватися, необхідно проводити постійний моніторинг і аналіз ситуації, що склалася на ринку, та приймати своєчасні, економічно обґрунтовані і нестандартні рішення, щодо проведення заходів по підвищенню конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність підприємства роздрібної торгівлі являє собою економічну категорію, що характеризує здатність організації здійснювати реалізацію конкурентоспроможної продукції, використовуючи свій потенціал краще ніж конкуренти. Особливого значення тут набуває можливість підприємства роздрібної торгівлі оперативно та адекватно реагувати на зміни у середовищі споживачів, реагувати на смаки та вподобання покупців.

Рівень конкурентоспроможності підприємства роздрібно торгівлі це відносне поняття, у зв'язку з цим його можна визначити та оцінити тільки у процесі порівняння організацій, які займаються реалізацією аналогічно продукції на місцевому, регіональному, національному або світовому ринку. Це зумовлено тим фактом, що одно і теж підприємство роздрібної торгівлі може бути конкурентоспроможнім на місцевому або національному ринку, але не бути таким на регіональному та світовому рівні.

Можна визначити такі основні фактори конкурентоспроможності підприємства роздрібної торгівлі:

1. Повністю конкурентоспроможними можна вважати торгові підприємства, продукція яких володіє на певному ринку різними показниками, які не поступаються конкурентам.

2. Підґрунтям для проведення оцінки конкурентоспроможності є комплексне дослідження ринку, що дає можливість правильно визначити місце на цьому ринку досліджуваного підприємства.

3. Споживач завжди робить вибір на користь того товару, який найбільшою мірою задовольняє його потреби, враховуючи при цьому розмір матеріальних витрат.

4. Ринкова доля об'єкту залежить від долі, яку воно займало у попередньому періоді та потенціалу конкурентоспроможності на даний момент: високий рівень потенціалу може порушити рівновагу, встановлену на ринку, або визначити перебіг перехідних процесів перерозподілу, а низький рівень потенціалу, в свою чергу, не може чинити певний вплив на ринкові процеси.

Забезпечення високого рівня конкурентоспроможності підприємства має певні організаційні рівні:

- оперативний – на цьому рівні забезпечується конкурентоспроможність продукції, критерієм оцінки є показник конкурентоспроможності продукції;
- тактичний – цей рівень характеризується загальним становищем підприємства, критерієм оцінки є комплексний показник стану підприємства;
- стратегічний – на цьому рівні забезпечується інвестиційна

привабливість підприємства, критерієм оцінки є зростання вартості підприємства [1, с. 215].

Проблема оцінки конкурентоспроможності підприємства роздрібної торгівлі є складною та комплексною, також при її визначенні необхідно враховувати багато різноманітних факторів.

На даний час, не дивлячись на актуальність даної проблеми, методологія проведення оцінки конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі не є достатньо розробленою. Складність та багатофакторність визначення даної категорії зумовлює різноманіття підходів до її оцінки. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі можна поділити на такі групи:

1. Кількісні – це економічно-математичні; статистичні; рейтингові; бухгалтерські; комплексні; методи, що ґрунтуються на теорії ефективної конкуренції.

2. Якісні – це матричні; графічні; оцінка з позиції порівняльних переваг; оцінка з позиці теорії рівноваги; метод на основі аналізу ключових факторів успіху.

3. Методи, що надають характеристику – факторна модель Портера; бенчмаркинг; LOTS-аналіз; PIMS-аналіз; GAP- аналіз.

4. Змішані – функціонально-вартісний аналіз; модель Ансоффа «товар-ринок»; використання карт позиціонування.

Джерелами отримання інформації для проведення оцінки конкурентоспроможності виступають: традиційні джерела; експертні; органолептичні; соціологічні.

Способами отримання інформації є: вимірювальні; реєстраційні; облікові; експериментальні. Форма отримання результатів аналізу може бути: матричною, графічною, аналітичною та параметричною.

Різні автори пропонують багато методів оцінки конкурентоспроможності підприємств. Проаналізувавши роботи Р.А. Фатхудінова, можна виокремити наступні етапи оцінки конкурентоспроможності підприємства [2, с.124-128]:

1. Оцінка з точки зору порівняльних переваг, сенс цього методу полягає в тому, що реалізація продукції переважна тоді, коли витрати нижчі ніж у конкурентів. Головним критерієм є – низькі витрати.

2. Оцінка з точки зору теорії рівноваги. Головним вимірником виступає наявність тих факторів, що не використовуються в повному обсязі.

3. Оцінка з точки зору концепції ефективності конкуренції, існує два підходу при використанні цього методу:

- структурний, що полягає в організації ефективної діяльності підприємства;

- функціональний – оцінка рівня конкурентоспроможності відповідно до цього підходу виконується на основі порівняння фінансово-економічних коефіцієнтів діяльності.

4. Оцінка на основі рівня якості продукції, тобто співставлення характеристик продукції, що виражають споживчі якості. Перевагою цього методу є урахування споживчих побажань при забезпеченні необхідного рівня конкурентоспроможності.

5. Профіль вимог – він базується на експертних оцінках, якими вимірюють ступень просування підприємства та встановлюється найбільший конкурент. Головним критерієм є порівняння профілів.

6. Метод з використанням матриць – при його використанні параметри конкурентоспроможності розглядаються в динаміці. Критерієм виступає співставлення показника конкурентоспроможності з базовим табличним значенням.

7. SWOT- аналіз, цей метод дає можливість дослідити сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища підприємства, можливі загрози зовнішнього середовища, та на основі проведеного аналізу підгодовувати дієві рішення для розвитку підприємства, і затвердити дії, щодо усунення недоліків визначених в ході аналізу.

8. Метод побудови «гіпотетичного багатокутника конкурентоспроможності» - він полягає в проведенні оцінки конкурентоспроможності підприємства за наступними факторами:

- якість, яка виявляється у відповідності продукції даного підприємства рівню товарів лідерів ринку та визначена за допомогою проведенні опитувань споживачів та порівняльних тестів;
- концепція продукції, на якої базується діяльність підприємства;
- капітал – власний та залучений;
- ціна продукції з можливою націнкою;
- торгівля – з точки зору засобів діяльності та комерційних методів;
- після продажний сервіс, який забезпечує постійну підтримку клієнтів;
- зовнішня торгівля підприємства, яка дає можливість регулювати відносини з суспільною думкою, владою, пресою та ін.

Після здійснення оцінки можливостей підприємства за даними факторами будується «гіпотетичний багатокутник конкурентоспроможності», який показує особливі переваги цього підприємства серед конкурентів.

Підсумовуючи можна сказати, що існує багато різних методів проведенні оцінки конкурентоспроможності підприємства роздрібної торгівлі, обрання яких повністю залежиться від керівництва організації. Варто зазначити, що поєднуючи різні методи оцінки

конкурентоспроможності, підприємство отримує більше даних стосовно свого рівня конкурентоспроможності, в свою чергу, це дає можливість розробляти і приймати більш ефективні та цілеспрямовані рішення для її підвищення.

Список використаної літератури:

1. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення: [монографія] / за заг. ред. О. Янкового. – О.: Атлант, 2013. – 470 с.

2. Фатхудинов Р. Стратегический менеджмент: [учебник] / Р. Фатхудинов. – М.: Дело, 2005. – 448 с.

УДК 334Т8

Джамолидинов С.Р., старший преподаватель кафедры Менеджмента
Институт экономики и торговли Таджикского государственного университета коммерции

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КОМПЛЕКСА

Данная статья является итогом проделанного исследования и обобщения уровня конкуренции и конкурентоспособности потребительского комплекса Согдийской области Республики Таджикистан. Главная оценка работы по степени развития конкуренции заключается в том, что она носит низкий характер. В принципе конкурентоспособность в экономике можно классифици-ровать, на базе критерия уровня развития, на четыре группы: низко-конкурентоспособные, средне-конкурентоспособные, высоко-конку-рентоспособные и супер-конкурентоспособные компании и предприятия. Поэтому возникает проблема выхода из первой группы и входа во вторую группу компаний и отраслей. Как это сделать? Какие формы, методы и инструменты для этого нужны? Тут нужен выбор приоритетов.

Предварительно еще раз отметим, что критерием отнесения к низко-конкурентной отрасли потребительской комплекса является то, что издержки обращения на выпуск проданного товара не сокращаются, а наоборот, увеличиваются. Это означает, что продажа товаров происходит за счет роста цен, который имеет свои пределы. Тем более что покупатели товаров потребительского комплекса относятся к низко-

доходной части населения страны, и не могут обеспечить себя товарами при постоянном росте цен. Наиболее веским аргументом в этом плане являются итоги 2018 года по показателям рентабельности продаж, экономической деятельности, рентабельности активов и максимального роста издержек обращения. Поэтому задача заключается в том, чтобы постепенно сократить издержки на проданную продукцию, которая обеспечит приостановку роста цен, и даже их снижение. Тогда заработает эффект масштаба как основной фактор роста конкурентоспособности.

В работе предлагается два направления решения проблем повышения конкурентоспособности и развития потребительского комплекса региона.

Первое направление предполагает сохранить сложившуюся тенденцию торговой деятельности, оказание социальных услуг населению, а также хозяйствующих субъектов с низким уровнем материально-технической базы, особенно в сельской местности. Отсутствие административных и финансовых рисков является преимуществом данного направления действий. Этот вариант предполагает решение проблем отрасли потребительского комплекса в краткосрочном периоде эффективным использованием поверх-ностных резервов. В этом случае, кардинального изменения положения потребительского комплекса не произойдет. Конкуренция будет носить вялый, низкий и неактивный характер.

Этот путь сохранит отрицательные результаты, и в итоге может привести к увеличению непропорциональности в процессе удовлетво-рения спроса товарами первой необходимости населения сельской местности и районов. Наличие существующих функционирующих механизмов организационных работ, игнорирование применения целевой комплексной стратегической программы и низкая конкурентоспособность предприятий потребительского комплекса при-ведет к технико-технологическому устареванию торговой, заготовительной и производственной деятельности. В итоге, вытесняется продукции этих предприятий с рынка, а также постоянно будут расти цены на товары, в результате чего их доступность, особенно для социально незащищенных слоев населения, будет затруднена.

Разработка государственной целевой комплексной стратегической программы является приемлемым направлением, которое обеспечивало бы дальнейшее развитие и укрепление конкурентных позиций потребительского комплекса региона. Можно предполагать, что путем оказания активного воздействия на сложившуюся ситуацию потребительского рынка, с помощью предлагаемой целевой

комплексной стратегической программы, найдут своё решение ряд социально-экономических проблем, особенно в отдаленных районах. Этот вариант охватывает долгосрочный период развития, но он может в корне изменить ситуацию потребительского комплекса региона. Он предполагает системные изменения и имеет нижеперечисленные элементы.

Следовательно, одним из приемлемых путей повышения уровня конкурентоспособности и выхода из сложившейся ситуации может стать поддержка потребительского комплекса со стороны государства. Отсутствие конкретной государственной целевой стратегии к решению проблем развития в дальнейшем приведет к снижению конкурентных преимуществ, ухудшению качества жизни сельских жителей, доставки необходимых товаров, оказанию услуг и обеспечению занятости.

Начальной ступенью развития потребительского комплекса региона, по мнению автора, является развитие инфраструктуры сельской местности. Речь идет о создании адекватной базы развития в следующих направлениях: производство общественных товаров, материально-техническое снабжение, развитие строительной базы, транспорта, дорог и связи.

Другим важным направлением является техническая поддержка. Новые технологии могут в решающей мере сократить издержки на выпуск, приостанавливая рост цен и повышая производительность труда. На этой почве, характер спроса может меняться в направлении его роста, что приведет к увеличению показателей конкурентоспособности в торговой отрасли. Налоги и таможенные пошлины в отношении новой техники должны взиматься по нулевой ставке.

Наблюдается усиление конкурентного давления на предприятий потребительского комплекса региона, особенно её розничной торговли. Поэтому, на наш взгляд, необходимо разработать и осуществить более агрессивную стратегию завладения рынками продовольственных товаров, где они имеют конкурентное преимущество. Для этого в центре районов надо создать супермаркеты со всеми инфраструктурными объектами, способных организовать торговлю и оказывать услуги, связанные до и после продажным обслуживанием населения с разными категориями доходов. При этом важен вопрос о соотношении ассортимента товаров в районном супермаркете и местных магазинов. Передвижные торговые точки должны быть включены в систему доставки

Существенным резервом развития потребительского рынка Согдийской области является приграничная торговля с организацией перевалочной базы для ввоза и вывоза товаров из центра области.

Практически все районы региона имеют границу с соседними государствами (Узбекистан и Киргизстан), что позволяет:

1. Значительно расширить группу покупателей своей продукции.
2. Чувствовать конкурентное давление систем торговли соседней страны.
3. Пополнить свои склады за счет товаров другой республики.

Практика показывает, что жители Киргизии, живущие на границе с Республикой Таджикистан, значительно пополняют свои товарные запасы за счет центра Согдийской области. Важно «прихватить этих покупателей» по транспортной артерии направленной к центру области (город Худжанд). Для этого, думается, надо создать мини супермаркеты, расположенные близко к городу. Эти изменения требуют роста эффективности внутренней среды. Нахождение, завоевание и удобное удовлетворение потребностей покупателей, определение эффективных вариантов товародвижения от стадии распределения ресурсов до покупки товаров потребителями приобретают немалое значение.

ЛИТЕРАТУРА

1. Рахимов А.М., Проблемы повышения конкурентоспособности экономики республики Таджикистан. Изд-во Р. Джалила, г. Худжанд, 2004г.
2. Факеров Х.Н. Потребительский рынок: проблемы регулирования -Душанбе, «Ирфон», 2002г.
3. Шарипов М.М. Концептуальная модель формирования конкурентоспособной организации потребительской кооперации – Душанбе: «Шамсиддин», 2011.- С. 78 - 79.

УДК 658.6

Карпенко В.О., курсант
Дніпропетровський державний університет внутрішніх справ

АНАЛІЗ СТАНУ ТА ПЕРСЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Сучасний етап розвитку України, характеризується дестабілізацією та високим рівнем тіньової економіки окремих регіонів, що призводить до повільного розвитку певних галузей, у тому числі і торговельної. Таким чином, в умовах постійного дисбалансу, галузь підприємництва

потребує більш детального аналізу про стан внутрішніх та зовнішніх факторів, що його зумовлюють, аби для того, щоб забезпечити належний рівень конкурентоспроможності [1]. На сьогодні, торгівля відіграє ключову роль у здійсненні обміну, купівлі-продажу товарів і послуг не лише на регіональному рівні, а й на державному, вона встановлює тісні зв'язки між територіальними одиницями, забезпечує постійний кругообіг товарів, задовольняє потреби учасників цього обігу, враховуючи інтереси кожного. Саме торгівля визначає місце і роль кожного окремого товару і послуги на ринку, виявляє зміну пропозиції та попиту. Особливістю торговельної сфери України виступає неефективне державне регулювання, тіньовий бізнес та корупція [2]. Торгівля в Україні дуже швидко розвивається, охоплюючи окремі підсистеми, що повністю зумовлюють її діяльність. До таких відносяться оптова та роздрібна торгівля, а також готельно-ресторанний бізнес.

За даними Державної служби статистики України, в сфері роздрібної торгівлі пріоритетними напрямами розвитку діяльності є: розвиток стаціонарної мережі середніх та крупноформатних підприємств при суттєвому скороченні дрібнороздрібної мережі, об'єктів фірмової торгівлі та пересувної торгівлі; поглиблення товарної спеціалізації, а особливо - дрібних і середніх підприємств торгівлі в крупних підприємствах, зміна асортиментної політики, поява магазинів для масових покупців, середнього класу і престижних; трансформація ринків у торговельно - сервісні комплекси, а також ліквідація більшості існуючих ринків; проводження впорядкування та оптимізації структури роздрібної мережі і розміщення об'єктів торгівлі, із врахуванням інтересів споживачів та чинників містобудування [3].

Головною проблемою кожного підприємства є дилема, що полягає у прискореному розвитку операційної ефективності та нестачею фінансових ресурсів. Підприємства, які переходять на стадію зрілості, тобто фокусуються на внутрішніх процесах, акцентують увагу на цілі порівняно з упором на засоби. Тому, дотримуючись стадії зрілості, створюється платформ необхідних організаційних і технологічних змін, що у подальшому забезпечить сталий потенціал. Коли підприємство досягає стадії занепаду, тоді у нього зникає цільовий пріоритет. Аби запобігти таких змін, необхідно налагодити систему моніторингу розвитку, яка дозволяє заздалегідь виявити основні ознаки бюрократизації підприємства. Окрім цього, перед сучасними торговельними підприємствами стоїть низка складних питань, через нестабільність економічного розвитку, а саме: адаптація діяльності підприємств до ринкових умов, визначення основних цілей діяльності і

стратегій її досягнення, пошук нових можливостей, фінансових коштів та споживачів. Тому саме вирішення цих проблемних питань зумовить позитивні зміни. Реалізація таких рішень визначить необхідність перебудови системи управління, формування системи стратегічного планування, що саме і забезпечить досягнення стійкого розвитку в умовах ринку та фінансових результатів і певних конкурентних переваг.

Отже, підсумовуючи, можна зробити висновки, що, використовуючи прогресивні технології торговельні підприємства відкривають перед собою нові можливості і перспективи розвитку, а саме підвищення їх рентабельності та іміджу.

Список літератури:

1. Куцик П.О. Діяльність торговельних підприємств у конкурентному середовищі: контрольно-аналітичне забезпечення системи управління. Чернівці: Технодрук, 2015. 370 с.

2. Матала С.М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Луганськ: Вид-во “Ноулідж”. 2011. 210 с.

3. Лазебна І.В. Основні напрями вдосконалення державного регулювання оптової та роздрібної торгівлі. *MODERN PROBLEMS AND WAYS OF THEIR SOLUTION IN SCIENCE, TRANSPORT, PRODUCTION AND EDUCATION*. 2013. URL: www.sworld.com.ua/konfer31/799.pdf.

УДК 338.984

Козловская И.А., студентка
Брестский государственный технический университет

ПРЕИМУЩЕСТВА ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛИ КАК НАПРАВЛЕНИЯ ТОРГОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИТИЯ

В условиях нестабильности экономической ситуации достижение положительных финансовых результатов коммерческой фирмы зависит от множества факторов. Одним из них является выбранная торговая политика.

Торговая политика предприятия – это совокупность мер организации, связанных непосредственно с производством товара и его совершенствованием, реализацией или снятием с производства, а также сервисным и предпродажным обслуживанием. С целью повышения конкурентоспособности предприятия, а также успешного продвижения своих товаров на рынке, следует разработать подходящий метод их

реализации [1].

Комплекс вопросов, решение которых позволяет обеспечить наиболее полное удовлетворение потребностей потребителей, относится к сфере сбытовой политики компании. Условия конкурентного рынка требуют от фирм постоянного поиска путей повышения эффективности деятельности, будь то увеличение объемов продаж, сокращение времени оформления сделок или улучшение качества обслуживания. На современном этапе развития общества происходят процессы информатизации и глобализации, они изменяют не только содержание экономической жизни хозяйствующего субъекта: его отношения, структуру, институты, но и реализуются в рамках абсолютной иной реальности – виртуальной.

Постановлением Минторга РБ № 24 «О классификации форм розничной торговли» от 26 июня 2014 г. выделены некоторые виды торговли. Среди них - торговля без (вне) торговых объектов – тоже самое, но без всякого, постоянного или передвижного торгового объекта, и торговля по образцам – при такой торговле покупателю демонстрируется образец товара или его модель, изображение. После оплаты покупка передается покупателю, в т.ч. почтовым отправлением. К этим видам торговли, в первую очередь, относится и набирающая все больший вес интернет-торговля [2].

Очевидно, что перенос из реального пространства в виртуальное пространство сети Интернет таких форм экономических взаимодействий как купля-продажа, поиск информации является существенным фактором совершенствования торговой деятельности и требует новых концептуальных подходов и глубокого анализа.

В XXI веке без использования современной, управляемой и устойчивой информационной среды невозможно развитие не только крупных промышленных компаний, обладающих достаточными активами, но и сравнительно небольших фирм, одним из основных видов деятельности, которых является торговое посредничество.

При современном уровне развития общества интернет-торговля является неотъемлемой составляющей экономики большинства стран мира. Количество совершенных операций в данной сфере с невероятной скоростью растет, что оказывает на мировую экономику все большее и большее влияние.

В связи с этим произошёл резкий всплеск интереса потребителей к направлению отечественного бизнеса – созданию интернет-магазинов. Данное перспективное направление развития современной сетевой торговли вызывает интерес как у владельцов интернет-магазинов, которые создают электронные каталоги и размещают в них товары, так

и у рядовых покупателей.

Появление интернет магазинов обусловлено не только расширением возможностей компьютерных технологий, но и тем, что сами бизнесмены признают выгодность такой формы работы по сравнению с торговлей в магазине, имеющем торговые площади, продавцов и возможность личного контакта с покупателями. Создание интернет магазина иногда осуществляется параллельно с созданием магазина розничной продажи этих же товаров, а иногда осуществляется отдельно.

Создание и открытие интернет-магазина обойдётся намного дешевле и займет гораздо меньше времени, так как отпадает необходимость в поиске площади для магазина, в подборе штата продавцов-консультантов и др. Вместе с тем, интернет-магазин может быть как основным источником прибыли, так и дополнительным по отношению к основному бизнесу. Более того, как и площадь под «оффлайновый» магазин, интернет-магазины сейчас не только покупаются, но и сдаются в аренду. При создании магазина очень важную роль играет качественная разработка и тщательно продуманная стратегия продвижения сайта. Есть варианты запуска интернет-магазина без вложений: на бесплатной CMS, с бесплатным шаблоном, по схеме дропшиппинг (когда даже наличие товара на складе не требуется - продавец выступает своего рода посредником между поставщиком и конечным покупателем). На старте проекта владельцу магазина не понадобится даже персонал - операционные функции можно выполнять самостоятельно [3].

Среди самых важных организационных вопросов, которые нужно решить в самом начале осуществления подобной деятельности можно отметить: налаживание сотрудничества с поставщиками, организация каналов поставки реализуемого товара и заключение договоров с транспортными компаниями, которые будут заниматься организацией доставки. Как только все процессы будут полностью отлажены и будут решены вопросы, связанные с поставкой и доставкой продукции клиентам, регулировать процессы можно будет при помощи ноутбука и телефона. Современные владельцы крупных интернет-магазинов занимаются бизнесом из любой точки мира, так как нет никакой привязки к определенному географическому месту.

Для эффективного управления интернет-магазином не требуется не только наличие определенного расположения и привязки к месту, но также нет необходимости нанимать большое количество персонала. Если оборот торговой точки относительно небольшой, осуществляется розничная торговля, и были налажены все необходимые связи с

поставщиками, для управления интернет-магазином вполне достаточно будет одного человека. В его обязанности будут входить такие ежедневные процессы, как: заказ и закуп продукции, обновление каталога, прием и оформление заказов, организация доставки товара клиентам.

Ведение бизнеса в сети открывает перед предпринимателем широкие возможности в продвижении и раскрутке деятельности. В интернете предлагается огромное количество вариантов и методов рекламирования магазина. Среди самых популярных методов можно отметить: статьи с ссылками на сайтах, заметки на специальных площадках, размещение объявлений на порталах, социальные группы, общение в форумах и так далее. Одновременно с данными методами, можно заниматься продвижением интернет-магазина как обычного информационного сайта. Достаточно наполнять его контентом со специальными ключевыми запросами и можно быстро занять первые позиции в популярных поисковых системах. В отличие от оффлайн рекламы данные методы не занимаются много времени и не требуют серьезных материальных вложений.

Одно из основных, и, пожалуй, наиболее важное преимущество интернет-магазина как бизнеса – это аналитика. Продавец может отслеживать практически каждое действие посетителя на сайте, проанализировать эффективность вложения каждой потраченной на онлайновую рекламу денежной единицы. При грамотном применении, такая информация может дать действительно большие преимущества.

Для получения максимального положительного эффекта от онлайн продаж следует учитывать некоторые составляющие при разработке интернет-магазина: актуальная информация о цене и наличие товара; грамотно организованный каталог товаров на сайте (необходим фильтр по основным показателям и не более 5 страниц с товарами в одном разделе); максимум информации о товаре: изображение, подробное описание, возможность провести сравнение с аналогами, возможность оставить отзыв; быстрая реакция на заказ и грамотные консультанты - это залог сохранения клиента; информирование на сайте об ориентировочных сроках доставки и своевременная доставка, с возможностью выбора временных интервалов [4].

Таким образом, интернет-магазин - это расширение географии покупателей, неограниченный ассортимент, экономия на помещении под магазин, выход на новые рынки. Каждый покупатель выбирает один интернет-магазин среди многих. И выбор будет сделан в пользу магазина, который сможет обеспечить своих посетителей качественными товарами при должных ценах и сроках доставки.

Создать интернет-магазин непросто, но он того стоит. Ведь важно не только то, чтобы пользователь сделал заказ, но и то, чтобы он приходил снова и снова, несмотря на появление всё новых конкурентов.

Список использованных источников:

1. Теория организации: конспект лекций, Тюрина Анна [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://marketing.wikireading.ru/2498 – Дата доступа: 22.10.2019.

2. Розничная торговля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://myfin.by/wiki/term/roznichnaya-torgovlya – Дата доступа: 22.10.2019.

3. Свой интернет-магазин: плюсы и минусы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.siteimage.com.ua/blog/internet-magaziny/svoi-internet-magazin-pliusy-i-minusy– Дата доступа: 22.10.2019.

4. Плюсы и минусы интернет-торговли. Что нужно знать перед открытием интернет-магазина [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://bishelp.ru/svoe-delo/otrasl-12545/plyusy-i-minusy-internet-torgovli-chto-nuzhno-znat-pered-otkrytiem-internet– Дата доступа: 22.10.2019.

УДК 334.7 (476)

Колодич К. М., студент
Хурсин Д. А., студент,
Филиппова Т.В., м.э.н.,
ассистент кафедры менеджмента
Брестский государственный
технический университет

ПРЕДПРИЯТИЕ КАК СУБЪЕКТ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ РБ

Предприятие — это самостоятельный хозяйствующий субъект, обладающий правами юридического лица, который на основе использования трудовым коллективом имущества занимается производством и реализацией определенных товаров и услуг. Предприятие может быть создано, учреждено как частными предпринимателями, так и государством. В развитых странах мира создания предприятия в большинстве случаев принадлежит частным лицам.

В Республике Беларусь предприятием признается имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской

деятельности (ст. 132 ГК РБ).

В состав предприятия как имущественного комплекса входят все виды имущества, предназначенные для его деятельности, включая земельные участки, капитальные строения, незавершенные капитальные строения, изолированные помещения, машино-места, оборудование, инвентарь, сырье, продукцию, права требования, долги, а также права на обозначения, индивидуализирующие предприятие, его продукцию, работы и услуги, и другие исключительные права, если иное не предусмотрено законодательством или договором.

По законам Республики Беларусь коммерческое предприятие может создаваться в форме общества с ограниченной ответственностью (ООО), общества с дополнительной ответственностью (ОДО), закрытого (ЗАО) и открытого (ОАО) акционерного общества, производственного кооператива (ПК), частного унитарного предприятия (ЧУП) и крестьянского хозяйства. Создание хозяйственных товариществ не получило распространения на территории Республики Беларусь.

Частные предприниматели создают предприятия, как правило с целью получения денежных доходов в форме прибыли. Государство, создавая предприятия, преследует обычно более разнообразные цели. Это может быть стремление повысить уровень национальной безопасности или решить какие-то экологические проблемы, необходимость создания новых рабочих мест в трудоизбыточных регионах, потребность организовать производство некоторых товаров и услуг, которые не являются достаточно экономически выгодными для бизнеса, и т. д.

Основные черты предприятия.

К характерным особенностям предприятия можно отнести следующее:

Экономическая обособленность.

Она проявляется, во-первых, в имущественной обособленности. Предприятие располагает собственным имуществом владельцев, а также может арендовать или на иных договорных началах использовать различные ресурсные элементы — землю, капитал и другие. Во-вторых, предприятие имеет завершенный воспроизводственный цикл: оно мобилизует ресурсы, преобразует их и получает готовый продукт, реализует его и полученную выручку использует вновь для приобретения ресурсов. В-третьих, предприятие имеет самостоятельные экономические интересы. Всех действующих лиц предприятия обычно объединяет наличие весомого общего интереса — произвести продукцию, продать ее и получить денежный доход.

Технологическая обособленность.

Предприятие имеет завершенный технологический цикл производства. Это означает, что его техническая или технологическая «начинка» рассчитана на осуществление технологически завершенного производственного процесса. Его результатом может быть конечный товар или промежуточный продукт, предназначенный для производственного потребления.

Юридическое оформление обособленности.

Оно находит свое выражение в наличии устава предприятия (для отдельных видов предприятий — только учредительного' договора), счета в коммерческом, ведении бухгалтерского баланса, наличии права договорных отношений и найма работников, определенной имущественной ответственности во взаимоотношениях с другими предприятиями и отдельными гражданами. Многие предприятия также стремятся разработать и зарегистрировать свой товарный знак.

Участие в общественном разделении труда.

Положение предприятия характеризуется наличием тесных хозяйственных связей с другими экономическими структурами. Предприятие выступает как специализированный товаропроизводитель и поэтому в своей деятельности испытывает большую зависимость от действий экономических субъектов. Сбыт продукции и ресурсное обеспечение - это те области деятельности предприятия, в которых оно ощущает свою наибольшую экономическую зависимость от других.

Предприятие представляет собой имущественный комплекс, используемый для осуществления предпринимательской деятельности. В состав предприятия входят все виды имущества, предназначенные для его деятельности, а также права на фирменное наименование, товарные знаки и знаки обслуживания.

Являясь субъектом хозяйствования, предприятие выступает как юридическое лицо, поскольку имеет в собственности, хозяйственном ведении или оперативном управлении обособленное имущество, самостоятельный баланс или смету, несет ответственность по своим обязательствам, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, исполнять обязанности, быть истцом в суде.

Каждое предприятие производит продукцию, реализует товары, оказывает услуги, осуществляет определенную деятельность для удовлетворения общественных потребностей и получения прибыли наиболее эффективным способом. В этом состоит его главная цель.

Существует также целый спектр целей предприятия, которые лежат в русле достижения его главной цели. К таким целям относятся:

- максимизация объема выпуска продукции, работ, услуг;

- обеспечение конкурентоспособности продукции на основе использования достижений научно-технического прогресса;

- устойчивость и стабильность функционирования;

- удержание позиций на рынке, завоевание новых рынков и обеспечение высокой эффективности производства;

- достижение комплексности производства и др.

Выбор предприятием целей деятельности зависит от разнообразных факторов, характеризующих, с одной стороны, обеспеченность предприятия собственными ресурсами, а с другой — внешнюю среду и рыночную ситуацию.

В процессе своей деятельности предприятие выполняет следующие функции:

1. Управление финансами. Его цель – обеспечение финансовой устойчивости и ликвидности. В условиях рыночной экономики эта функция выдвигается на первый план. Резко повышается значимость финансовых ресурсов, с помощью которых осуществляется формирование оптимальной структуры капитала и наращивание производственного потенциала предприятия.

2. Управление персоналом. Выражается в отборе и приеме на работу, подготовке и переподготовке персонала в соответствии с потребностями бизнеса, решением всех вопросов, касающихся его эффективного использования.

3. Исследования и разработки. Деятельность по созданию новых видов продукции и технологических процессов, улучшению существующих с целью повышения эффективности производства и расширения рынка сбыта.

4. Маркетинг, обеспечивающий исследование рынка, определение нужд и запросов потребителей, реальные заказы на продукцию и успешную ее реализацию.

5. Производственная, которая вытекает из главной задачи предприятий – получение прибыли. Возможна только за счет производства продукции, работ и услуг, необходимых обществу.

6. Логистика. Данная функция реализуется в результате приобретения сырья, комплектующих машин, оборудования и других материальных ценностей, необходимых для хозяйственной деятельности. Организует кооперативные поставки узлов и деталей.

7. Экологическая. Предусматривает выпуск экологически чистой продукции и снижение ее природоемкости. Экологическая деятельность предприятия направлена на снижение и компенсацию отрицательного воздействия его производства на окружающую среду.

8. Социальная. Обеспечивает условия для воспроизводства рабочей силы, материальную заинтересованность в результатах труда. Важной составляющей социальной деятельности является обеспечение подготовки, переподготовки и повышения квалификации персонала.

Таким образом, основным звеном экономики является предприятие – самостоятельный хозяйствующий субъект, созданный для производства продукции с целью получения прибыли и удовлетворения общественных потребностей. Предприятие характеризуется рядом признаков, имеет свои цели и задачи, определяющиеся состоянием внутренней и внешней среды.

Используемая литература

1. Аналитическое обозрение «Гражданский Кодекс Республики Беларусь (ст. 132)» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL https://kodeksy-by.com/grazhdanskij_kodeks_rb/132.htm— Дата доступа: 28.10.2019.

2. Национальный правовой интернет-портал Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: http://pravo.by – Дата доступа: 28.10.2019.

УДК 351.824.5(476)

Кулаков И.А, старший преподаватель,
Флячинская Н.Н., студентка
Брестский государственный технический университет

ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ ЭЛЕКТРОННЫХ АУКЦИОНОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время идет процесс обновления законодательства в сфере управления государственными заказами для его большей адаптации к требованиям времени. Успешное функционирование системы государственных закупок является необходимым условием эффективного развития современной экономики.

Основные нормативные акты, регулирующие государственные закупки товаров (работ, услуг):

- Закон Республики Беларусь «О государственных закупках товаров (работ, услуг)» от 13.07.2012 №419-З (в редакции от 17.07.2018);
- Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 15.06.2019 № 395 «О реализации Закона Республики Беларусь «О

внесении изменений и дополнений в Закон Республики Беларусь «О государственных закупках товаров (работ, услуг)»;

- Указ Президента Республики Беларусь от 31.12.2013 №590 «О некоторых вопросах государственных закупок товаров (работ, услуг)»;
- Постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 29.12.2018 №93 «Об утверждении примерных форм документов по процедурам государственных закупок»;
- Постановление Министерства антимонопольного регулирования и торговли Республики Беларусь от 12.04.2019 №30 «О проведении процедуры закупки из одного источника».

Постановлением Совета Министров от 31 декабря 2010 №1923 «О мерах по реализации Указа Президента Республики Беларусь от 30 декабря 2010 г. №708» операторами электронных торговых площадок, имеющими право проводить электронные аукционы, определены ОАО «Белорусская универсальная товарная биржа» и РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен».

Перечень товаров (работ, услуг), государственные закупки которых осуществляются с применением электронных аукционов:

- продукция растениеводства и животноводства, рыболовства, охоты и услуги в этих областях;
- продукция горнодобывающей промышленности, услуги в области горнодобывающей промышленности;
- продукты пищевые, напитки, изделия табачные;
- текстиль и изделия текстильные, кожа и изделия из кожи;
- древесина и изделия из древесины и пробки, бумага и изделия из бумаги, продукция печатная; услуги печатные и услуги по воспроизведению записанных материалов;
- вещества химические и продукция химическая, продукты фармацевтические основные и препараты фармацевтические;
- изделия минеральные неметаллические, металлы основные изделия металлические готовые;
- компьютеры, оборудование электронное и оптическое, электрическое;
- машины и оборудование, автомобили, прицепы и полуприцепы, услуги по ремонту и установке машин и оборудования;
- услуги по сбору, обработке и удалению отходов, услуги по восстановлению материалов;
- услуги по оптовой и розничной торговле автомобилями и мотоциклами, услуги по ремонту автомобилей и мотоциклов;
- услуги сухопутного транспорта и услуги по транспортированию по

трубопроводам, водного транспорта, воздушного транспорта;

- услуги финансовые, услуги по страхованию, перестрахованию и пенсионному обеспечению, вспомогательные;
- услуги по обслуживанию зданий и благоустройству территорий;
- услуги в области офисного административного и вспомогательного обслуживания, направленного на поддержание коммерческой деятельности.

Таблица 1

Виды процедур государственных закупок

Ориентировочная стоимость годовой потребности, БВ (1 БВ – 25,5 бел.руб.)		Товар (работа, услуга)	Вид процедуры закупки
Товары	Работы, услуги		
от 1000	от 3000	Перечень товаров (работ, услуг), госзакупки которых осуществляются на электронных аукционах (приложение к постановлению № 778)	Электронный аукцион
от 1000	-	Перечень товаров, госзакупки которых осуществляются с применением биржевых торгов (приложение к постановлению № 778)	Биржевые торги
от 1000	от 3000	Сведения о госзакупке составляют государственные секреты	Закрытый конкурс
от 1000	от 3000	За исключением товаров (работ, услуг) из п.1, 2, 3, 8	Открытый конкурс
более 300, но не более 1000	более 300, но не более 3000	За исключением товаров (работ, услуг) из п.8	Запрос ценовых предложений
более 300, но не более 1000	более 300, но не более 3000	Перечень товаров (работ, услуг), госзакупки которых осуществляются на электронных аукционах (приложение к постановлению № 778)	Электронный аукцион (право заказчика)
не более 300		Любой (-ая)	Закупка из одного источника
вне зависимости от стоимости		Перечень случаев осуществления госзакупок с применением процедуры закупки из одного источника (приложение к Закону №419-З)	

Источник: собственная разработка автора.

Для объективной оценки эффективности проведения электронных аукционов рассмотрим результаты проведения первых шести аукционов на электронной торговой площадке Белорусской универсальной товарной биржи (БУТБ).

Результаты состоявшихся шести аукционов свидетельствуют о высокой эффективности данной процедуры закупок. Так, например, показатель снижения начальной цены электронного аукциона по

закупке бумаги офисной составил 44,6%, по закупке услуги по испытанию систем вентиляции – 47,2%. В настоящее время на электронной торговой площадке биржи объявлено еще 36 электронных аукционов, которые находятся на стадиях подачи аукционных предложений и их оценки.

Таблица 2

Анализ государственных закупок

Показатели	2017 год		2018 год		Отклонение	
	Всего процедур закупок	Проведено открытым электрон-ным аукционом	Всего процедур закупок	Проведено открытым электрон-ным аукционом	Абсолютное	Относительное
1	2	3	4	5	6	7
Количество проведенных процедур закупок	390757	115161	455533	138845	23684	120,57%
Количество поданных потенциальными поставщиками заявок	528278	224653	588401	250902	26249	111,68%
из них:						
из Республики Армения	8	7	3	3	-4	42,86%
из Республики Беларусь	518703	216364	580032	244125	27761	112,83%
из Республики Казахстан	12	11	16	15	4	136,36%
из Кыргызской Республики	3	3	0	0	-3	0,00%
из Российской Федерации	1767	1215	2356	1751	536	144,12%
Количество заявок потенциальных поставщиков, определенных поставщиками – победителями	282159	38563	325354	42432	3869	110,03%
из них:						
из Республики Армения	3	2	3	3	1	150,00%
из Республики Беларусь	279673	37072	323007	41340	4268	111,51%
из Республики Казахстан	1	0	1	1	1	0
из Кыргызской Республики	0	0	0	0	0	0
из Российской Федерации	678	222	751	227	5	102,25%

Источник: собственная разработка автора.

По данным таблицы видно, что количество проведенных

государственных закупок увеличивается, в том числе посредством электронного аукциона. Если сравнивать 2018 и 2017 года, то количество государственных закупок, проведенных посредством электронного аукциона возросло на 23684. Прирост числа электронных аукционов составил 20,57%. Если рассматривать географию государственных закупок, то заявки поступают от Российской Федерации, Республики Казахстан, Республики Армения, Кыргызской Республики.

Таким образом, проведение электронных аукционов в Республике Беларусь широко применяется в настоящее время в целях упрощения системы закупок, в частности, государственных. Для организации такого вида коммерческой деятельности в стране разработана и успешно используется нормативно-правовая база, позволяющая определить, как основные, так и частные моменты проведения электронных аукционов.

Список использованных источников

1. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 26.03.2012г. №261 «О мерах по реализации Указа Президента Республики Беларусь от 27.02.2012г. №112 «О проведении электронных аукционов»

2. Регламент электронной торговой площадки РУП «Национальный центр маркетинга и конъюнктуры цен» [Электронный ресурс] // Электронная торговая площадка – Режим доступа: http://goszakupki.by/article/dokumenty. – Дата доступа: 20.10.19.

УДК -339Т8

Латипова П.О., ассистент
кафедры менеджмента
Института экономики и торговли
Таджикского государственного
университета коммерции

РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ СИСТЕМЫ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ СОГДИЙСКАЯ ОБЛАСТЬ

Развитие инфраструктуры розничной торговли в настоящее время сдерживается рядом факторов: недостаток финансовых ресурсов предприятий и организаций торговли, отсутствие сопряженности в работе торговых и транспортных организаций, нехватка складских площадей и прочие.

Уровень развития степень равенства потенциал розничной торговли и внутренние возможности. Уровень использования характеризует степень реализации имеющегося потенциала напряженность работы объектов

розничной торговли, возможные резервы развития и дополнительных объемов услуг. Уровень сбалансированности отражает степень равенства (баланса) спроса на услуги розничной торговли и предложения. Уровень обеспеченности характеризует степень близости фактических показателей уровня развития и использования потенциала розничной торговли. [1, с.35]

Оценка уровней развития и использования социальной инфраструктуры, особенно ее основного элемента розничной торговли производится помощью абсолютных, относительных, интегральных и натурально-стоимостных показателей, а уровни сбалансированности и обеспеченности могут быть частными, натурально-стоимостными и относительными.

Однако вышеуказанные методы в целом не позволяют оценить состояние инфраструктуры отдельных регионов или территорий.

Поэтому интегральные методы позволяют дать комплексную характеристику развития розничной торговли, ее значения в структуре экономики и соотношение с другими отраслями.

В общей оценки состояния инфраструктуры предлагается с помощью интегральных методов, основанных на сравнения коэффициентов уровней ее развития и степени использования.

Таблица 1.

Динамика уровня развития инфраструктуры розничной торговли Согдийской области за 2012-2017гг.

Показатели	**Ед. измерения**	**2012**	**2014**	**2016**	**2017**	**2017г. в % к 2012г**
Численность работников в экономике: Республики Согдийской области	тыс. чел	1847 389,6	1828,8 351,3	1922,8 357,5	1951,7 335,4	105,6 86,0
Численность работников, занятых в инфраструктуре розничной торговли: в целом по республике Согдийской области	тыс. чел	236,2 30,2	178,1 27,2	176,4 26,6	171,3 25,8	72,5 85,4
Доля занятых в инфраструктуре розничной торговли: в целом по республике в Согдийской области	%	10,2 7,4	7,2 7,1	6,8 6,5	6,6 6,4	64,7 86,4
Уровень развития инфраструктуре	-	0,76	0,98	0,96	0,99	130,2
Уровень использования инфраструктуры	-	0,30	0,32	0,30	0,33	110

**Расчеты автора. Рассчитано по данным: Статистический сборник Согдийской области, 2017г 445-117с.*

В таблице 1. проведены расчеты по определению уровня развития и степени использования инфраструктуры розничной торговли Республики Таджикистан. Как видно из таблицы 1., в целом за рассматриваемый период наблюдается увеличение численности работников в Республики Таджикистан 2012г. по сравнению с 2017г (105,6%) и в Согдийской области 2012г. по сравнению с 2017г. (86,0%).

При этом численность работников в сфере розничной торговли Республики Таджикистан увеличилось 2012г. по сравнению с 2017г. на 72,5%, но в Согдийской области она уменьшилось 2012г. по сравнению с 2017г. на (85,4%).

Уровень развития инфраструктуры увеличилась 2015г. на 0,99, а уровень использования инфраструктуры на 0,33.

В экономической оценке состояния инфраструктуры с помощью интегральных методов предлагается использования методов, основанных на сравнения коэффициентов уровней ее развития и степени использования. (таблицы 1.).

Основным достоинством предложенной методики является то, что полученные результаты в действительности отражают степень развития и уровень инфраструктуры, а не уровень занятости в ее элементах. (таблицы 2.).

Таблица 2.

Анализ уровня развития инфраструктуры розничной торговли Согдийской области за 2012-2017гг.

Показатели	**Ед. изм.**	**2012**	**2014**	**2016**	**2017**	**2017г. в % к 2012г.**
Стоимость основных фондов по республике	млн. сом.	2119,2	3842,0	7616,0	4129,5	194,8
Стоимость основных фондов по Согдийской области	млн. сом	430,5	1372,2	621,8	1247,3	289,7
Стоимость основных фондов инфраструктуры розничной торговли РТ	млн. сом	43,6	54,5	61,7	68,5	157,1
Стоимость основных фондов инфраструктуры розничной торговли по Согдийской области	млн. сом	13,7	14,5	16,2	18,2	132,8
Доля основных фондов инфраструктуры розничной торговли в основных фондах республики	%	2,2	2,7	2,4	3,0	136,3
Доля основных фондов инфраструктуры розничной торговли	%	31,5	31,3	31,7	31,4	99,6

Согдийской области в основных фондах инфраструктуры розничной торговли республики						
Доля основных фондов инфраструктуры розничной торговли в основных фондах Согдийской области	%	2,2	2,2	3,0	2,5	113,6
Стоимость основных фондов Согдийской области в основных фондах страны	%	20,3	35,7	36,0	30,2	148,7
Уровень развития инфраструктуры	-	1,00	1,2	1,4	1,6	160
Уровень использования инфраструктуры	-	1,00	1,0	1,2	1,3	130

Источник: статистический ежегодник Республике Таджикистан. Статистический сборник. –Душанбе, АСПРТ, 2018.

Сопоставление вышеизложенных методов способствует более точно оценить степень развития и уровень инфраструктуры. Однако значительный интерес представляет метод благоприятных и неблагоприятных соотношений между материальным производством и инфраструктуры через сопоставление показателей уровней ее развития и степени использования. Особое место отводится расчету показателя степени обеспеченности страны социальной инфраструктурой.

Одни исследователи рассчитывают его путем приведения объемных показателей развития инфраструктуры к единице территории или численности населения другие исследователи используют специфические показатели.

Существуют также различные методики оценки уровня обеспеченности территорий различными объектами розничной торговли на основе использования утвержденных норм и нормативов.

При проведении анализа необходимо изучать и качество организации торговли на рынках товаров, отбора обслуживающего персонала, работающий на рынках, поскольку люди, покупающие товары на рынках, слишком часто сталкиваются с грубостью продавцов, обвесом, обманном и обсчетом, установление на рынках более совершенное, качественное оборудование, (например, электронные весы), создание необходимых условий для хранения продуктов и соблюдению санитарных норм.

При проведении анализа также необходимо учитывать вопрос о социальном расслоении населения в республике. В настоящее время в

республике специфические потребности покупателей, определяемые демографическими, социальными, половозрастными их особенностями, практически не учитываются.

Таким образом, рассмотренные методы анализа состояния и функционирования розничной торговли как составного элемента социальной инфраструктуры позволяют в целом дать оценку исследуемого комплекса и совершенствовать системы обоснования в формировании инфраструктуры розничной торговли в зависимости от целей развития национальной экономики и спроса населения в ее услугах.

Представляет интерес отраслей, предприятия которых оказывают инфраструктурные услуги субъектам розничной торговли (таблицы 3.)

Таблица 3.

Инфраструктура розничной торговли по отраслям (ед.,тыс. сомони).

Показатели	Всего		В том числе по отраслям								2017г. % к 2012г. всего
	2012	2017	Промышленность		Строительство		Торговля, общепит		Услуги		
			2012	2017	2012	2017	2012	2017	2012	2017	
Количество предприятий	670	1729	148	324	50	89	233	782	138	320	258
Объем услуг	300,7	1852,3	92,6	1562,7	117,8	527,2	1536,1	14855,3	1289,9	48231,0	615

**Рассчитано автором на основании данных Статистического ежегодника Согдийской области-2017г. Раздел «Предпринимательство» стр. 166-167.*

Одним из направлений создания новых элементов, характеризующие современный уровень развития инфраструктуры розничного торговле может стать государственно-частного сотрудничества, определяющие инновационное развитие региональной экономики.

Всего предприятий за 2012-2017гг. увеличилось по области в 2,58 раза, объем услуг в 6,15раза.

Литература

1. Вейтц Б.А.; Основы розничной торговли. – Спб.:Питер, 1999. – 35 с.

2. Статистического ежегодника Согдийской области-2016г. Раздел «Предпринимательство» стр. 166-167

Статистический ежегодник Республике Таджикистан. Статистический сборник. –Душанбе, АСПРТ, 2019. – 730 с.

УДК 004:658.8

Мазур О. Є., к.е.н., доцент
Одеський національний університет імені І. І. Мечникова

РОЗВИТОК КАНАЛІВ РОЗПОДІЛУ В ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ

Ваговим фактором діяльності Інтернет-торгівлі є маркетингова складова, за допомогою якої продавці привертають покупців і нарощують доходи. В цьому аспекті актуалізується дослідження ринкових стратегій онлайн-ритейлерів, що дасть змогу зрозуміти, за допомогою яких інструментів маркетингу забезпечуються високі темпи розвитку галузі. Нашою метою було здійснення аналізу новітніх тенденцій інтернет-торгівлі в Україні, зокрема у сфері розподілу, яка є невід'ємним елементом маркетинг-мікс (4Р). В ході дослідження було виявлено провідні тенденції (тенденцію-драйвери), які визначають принциповий напрям подальшого розвитку – і окремо розподілу як елементу 4Р, і разом усього комплексу маркетинг-мікс електронної торгівлі.

Інформаційною базою в нашому дослідженні слугували:

1) інтерв'ю представників топ-менеджменту відомих українських компаній, сферою діяльності яких є електронна торгівля;

2) звіти про стан і тенденції ринку електронної комерції, які формуються за результатами моніторингу, що регулярно проводиться незалежними дослідницькими компаніями;

3) дані офіційних державних органів України – передусім служби статистики і НБУ.

Виявлено, що найбільш визначальним трендом електронної торгівлі в Україні є розвиток мультиканальності продажу. Аналіз показав, що мультиканальність розподілу проявляється у трьох напрямах:

1) запровадження кількох електронних каналів для отримання інформації про товар;

2) створення власних майданчиків в соціальних мережах;

3) вихід в оффлайн – створення реальних роздрібних магазинів на додаток до онлайну.

Дослідження Google засвідчують, що 85% користувачів використовують кілька електронних пристроїв (телефон, смартфон, планшет, звичайний комп'ютер, телевізор та ін.) для вибору товару і

здійснення однієї купівлі [1]. Це явище називається «крос-девайс» і пояснюється тим, що споживачі прагнуть з різних джерел дізнатися про асортимент та якість товарів, порівняти ціни, прочитати відгуки про товар, що подобається. Україні теж властива ця тенденція: так, з 2017 по 2018 р. на 12 відсоткових пунктів (з 48 до 60 %) зросла кількість людей, які заходять в інтернет з кількох пристроїв [2]. За цей же період майже в двічі зросла кількість користувачів, які заходять в інтернет переважно з мобільного телефону (з 5,4 млн осіб в 2017 році до 9,6 млн у 2018 р.). Це змушує продавців ставитися до впровадження мультиканальності продажу як до необхідної передумови ефективного ведення бізнесу.

В Європі лише 21 % онлайн ритейлерів використовують один канал для продажу своїх товарів, 29 % - два або три канали, тоді як 50 % - три і більше каналів [3]. Їхні українські «колеги» дедалі більше пропонують своїм покупцям можливість вибору.

Поки що треба констатувати, що показники відвідування сайтів та здійснення завершених замовлень суттєво відрізняються, що пов'язано переважно з незручними інтерфейсами мобільної версії сайтів. До прикладу, в Citrus частка відвідувачів з мобільних вже перевищила 50%, але покупки завершують менш 10 % з них [4]. Більшість споживачів відмовляється користуватися «незручним» сайтом, не адаптованим до мобільного телефону: 40 % не буде чекати на завантаження сайту більше 3 секунд, і 80 % ніколи не повернуться на «незручний» сайт; 77 % тих, хто потрапляє зі смартфону на неадаптивний сайт, закривають його відразу; 35% переходять на інший сайт, який працює на смартфонах краще. Одна секунда затримки завантаження сайту призводить до 7% втрачених конверсій (звернень у відділ продажів), 11 % відходів з сайту і 16% зниження лояльності клієнтів (для порівняння, у США та Європі 40 % користувачів полишають сайт при 3-секундній затримці завантаження і 80 % не повертаються на нього) [5, с. 14]. Тому онлайн-ритейл концентрується на поновленні мобільних версій своїх сайтів або створенні окремих мобільних додатків.

При цьому варто мати на увазі, що передумовою успіху є не арифметичне збільшення кількості каналів, а їхнє узгодження між собою – так звана омніканальність. Вона передбачає поєднання каналів продажу у єдину, інтегровану, несперечливу систему, зручну у користуванні для споживача. Це має бути система з єдиною організацією бізнес-процесів управління запасами, оформлення та виконання заявки на купівлю, доставки товару; єдиним асортиментом, формою та змістом описів товарів; єдиними цінами; єдиними програмами та картами лояльності, єдиною історією звернень клієнта

незалежно від каналу з можливістю безпроблемного переривання трансакції і переходу з каналу на канал без втрати раніше зроблених кроків [5].

Дедалі частіше купівля товарів здійснюється через соціальні мережі: близько 45% всіх онлайн-покупців хоча б раз мали такий досвід, лідером при цьому є Facebook [1]. Згідно з опитуваннями в Україні, купуючи техніку і одяг, споживачі віддають перевагу пошуку інформації про товар на сайті магазина (47 % і 36 % відповідно). Через соціальні мережі шукають одягу і взуття 31 % українських споживачів, техніку – 23 %, косметичні засоби та засоби для догляду – 25 % [4]. Це примушує продавців шукати свої споживачів, створюючи відповідні майданчики в соцмережах.

Ще одна явна тенденція, яка посилюється і охоплює вже 36% електронних ритейлерів [6], полягає в інтегруванні онлайн і оффлайн продажів. Найбільш поширеною формою інтеграції є відкриття онлайн-ритейлерами своїх оффлайн представництв – звичайних магазинів. У 2017 році на всій території України відкрили свої центри видачі (шоу-руми) modnaKasta і LeBoutique. Для оффлайн покупців у вигляді традиційного магазину відкрився перший супермаркет Rozetka, з електронними цінниками, касами, примірочними і широким вибором товарів, від електроніки до продуктів харчування. Онлайн-магазини також практикують варіант сполучення власного онлайн- та оффлайн-магазину з представленням свого товару на маркетплейсі. Прикладом є Arber і Vovk – бренди, які мають свою роздрібну оффлайн-мережу, онлайн-магазин і ще представлені на такому fashion-маркетплейсі, як Lamoda.

Важлива частина розроділу – це логістика й обслуговування покупців із регіонів. Ця сфера залишається слабким місцем навіть для інтернет-магазинів США, а про країни, що розвиваються, годі й говорити [3]. Як свідчать дослідження, більшість покупців очікують отримати своє замовлення упродовж 2-3 днів, і тільки 25 % готові чекати до 6 робочих днів. Також усі респонденти, які брали участь в опитуваннях щодо електронної комерції у всьому світі, вважають легкість повернення придбання одним із найважливіших критеріїв якості роботи будь-якого інтернет-магазину.

Поступово великі світові онлайн-майданчики підвищують інвестиції у сферу логістики та доставки послуг у сегменті регіональних покупців. Українські оператори поки що пасуть задніх в цій сфері, бо основними клієнтами онлайн-ритейлу залишаються жителі столиці і обласних центрів. Зростання попиту на інтернет-купівлі збільшує і претензії споживачів до якості доставки: товари інколи доходять із запізненням,

псуються або не доставляються взагалі. Це збільшує кількість скарг і посилює недовіру до служб доставки. Водночас проблема доставки в регіони не є лише проблемою постачальника, а й залежить від розвитку спеціалізованих логістичних компаній – «Нова пошта», «Укрпошта» та ін. Певні кроки в цьому напрямі вже здійснюються.

Так, в Укрпошті вже зараз користувачі можуть реєструвати посилки онлайн в особистому кабінеті, оплачувати, запрацював чат-бот. Запущена послуга Smartbox для доставки в e-commerce. Допрацьовується мобільний додаток, за допомогою якого можна управляти доставкою, також спрощує оплату інтернет-замовлень послуга Безготівковий плюс від Пост Фінанс.

У «Новій Пошті» також прагнуть створити можливості інтеграції систем логістики і інтернет-майданчиків. Адже саме ця стратегія, яку практикують AliExpress і eBay, надає покупцям змогу відстежувати посилку, не залишаючи сайт. В Україні найчастіше тому покупці змушені слідкувати за трекінгом своїх відправлень на сайті логістичної компанії.

Література

1. Федоричак В. Електронна комерція в Україні 2018: факти, цифри та цікава статистика. URL: https://ag.marketing/elektrona-komerciya-v-ukraini-2018/

2. Молодий та перспективний». Який потенціал приховує ринок інтернет-торгівлі України. URL: https://www.epravda.com.ua/publications/2018/08/31/639949/

3. Федоричак В. Цікаві факти про інтернет-торгівлю в світі в 2018 році URL: https://lemarbet.com/ua/razvitie-internet-magazina/interesnye-fakty-ob-internet-torgovle/

4. Яровая М. Что украинцы покупают в интернете и как онлайн-шоппинг изменился за пять лет – исследование Nielsen. URL: https://ain.ua/2017/01/16/chto-ukraincy-pokupayut-v-internete

5. Гліненко Л. К. Стан і перспективи розвитку електронної торгівлі України. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2018. № 1. С. 83-102.

6. Бондаренко В. ТОП-5 трендов e-commerce в Украине в 2018 году URL: https://delo.ua/business/top-5-trendov-e-commerce-v-ukraine-v-2018-godu-340562/

УДК 330.567.2 (075.8).

Негматова Ш.Г., ассистент
кафедры менеджмент
Таджикский государственный
университет права, бизнеса и политики

РОЛЬ ДОМАШНИХ ХОЗЯЙСТВ НА ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

В условиях рыночной экономики экономическая роль домашних хозяйств возрастает в социально-экономическом развитии республики. Домашние хозяйства – это самый массовый экономический субъект, от которого во многом зависит развитие многих отраслей. Именно домохозяйства занимают особое стратегическое положение, поскольку в пределах своих денежных доходах свободно покупают товары и услуги, наиболее подходящие для удовлетворения своих потребностей. Домашние хозяйства непосредственно или косвенно владеют экономическими ресурсами и, в конечном счете, являются основными поставщиками этих ресурсов, и одновременно выступают основной расходующей (потребительской) группой в экономике. В эпоху социально ориентированного рыночного хозяйства системная парадигма выглядит в такой последовательности: домохозяйство – предприятие – государство. Сектор «домашние хозяйства» играет важнейшую роль в обеспечении этого кругооборота.

Свобода потребительского выбора обуславливает поведение всех субъектов рыночных отношений, служит основой для конкуренции, придает направление и упорядоченность функционированию экономики и государственной политики в целом.

Исследование розничной торговли в современных условиях хозяйствования приобретает особую актуальность и значимость, поскольку в настоящее время их положение характеризуется динамичностью, усложнением механизма формирования и развития, появлением новых факторов, оказывающих существенное и противоречивое воздействие. Розничная торговля входит в число ведущих отраслей экономики Республики Таджикистан. Соответственно, нужно продолжить тенденцию создания и эксплуатации крупных объектов торговли нового формата и интенсивное развитие торговых сетей.

Экономическое поведение домохозяйств задается рамками объективных экономических условий в стране, менталитетом и традициями, сложившимися в предыдущие годы, принадлежностью

каждого индивида к определенным социальным слоям. Последние исследования показали, что производители товаров и работники торговли, принимая логистические решения в сфере производства и распределения, должны ориентироваться на движение потоков в сфере потребления. Анализ мирового и отечественного опыта свидетельствует, что для домашних хозяйств, как конечных потребителей, присуще сфера логистики, прежде всего закупочная, транспортная, информационная и другие. Темпы роста благосостояния домохозяйств обеспечат продолжение интенсивного роста торговых площадей и их качественное управление.

Развитие этих подходов открывает возможности улучшения обслуживания потребителей. Помимо обеспечения их нужной продукцией, в последнее время потребители стали требовать оказания им дополнительных услуг по доставке товаров в сокращенные сроки, по улучшению взаимодействия с транспортными организациями, по выполнению складских операций, осуществлению технической помощи по установке и наладке сложных приборов, находящих все более широкое применение в быту, удовлетворению других запросов, выполнимых в условиях торгового обслуживания.

Участники каналов, создающие цепи поставок, осознают влияние покупателей и рассматривают их в качестве своих активов. За прошедшее десятилетие произошел явный сдвиг внимания производителя в сторону покупателя. Многие позитивные изменения инициированы покупателем. Так, например, выявлена тенденция снижения в будущем запасов в домашних хозяйствах. Улучшение обеспечения населения собственными транспортными средствами существенно изменяет характер и условия посещения магазинов. Внедрение компьютерных средств передачи и обработки информации расширяет возможности поиска товаров, не выходя из дома, и многие другие.

Для эффективного управления розничным товарооборотом меняется концепция поставок потребительских товаров. Если раньше производители отгружали розничным организациям товары в состоянии готовности для склада, то сегодня от товаров требуется готовность для торгового зала. Ожидается, что следующим шагом в наступившем столетии станет переход к производству товаров, готовых для потребителя, когда связи между производителем и потребителем станут еще более тесными и непосредственными, чем при использовании традиционных каналов сбыта.

В связи с этим все большее значение приобретают стратегические союзы, партнерство, потребительские кооперативы и другие

организации, в которых потребители могут вкладывать финансовые средства, избирать руководящий персонал, управлять операциями и участвовать в прибылях. В настоящее время в связи с увеличением физической массы и расширением ассортимента реализуемых товаров, повышением их сложности, информированностью потребителей, ростом благосостояния населения все большую актуальность приобретает реверсивная логистика, в рамках которой выявляются причины по возникновению возвратных товаропотоков вследствие продажи некачественных товаров, а также недостатков в логистической цепи товародвижения от производителя к потребителю и по другим причинам. Необходимо отметить, что одна из основных задач в этой сфере – управление затратами по доведению материального потока от первичного источника сырья до конечного потребителя, предполагает не только учет издержек производства и обращения, но и управление издержками потребления. Представление о домохозяйстве как субъекте исключительно личного потребления, оторванном от единого воспроизводственного процесса, по существу искажает его роль в воспроизводственном цикле национальной экономики.

Основополагающим условием достижения продовольственной безопасности является рост доходов и сокращение масштабов бедности населения, который определяет экономическую доступность продовольствия. Особую значимость в современных условиях приобретает доступность качественной, экологически безопасной продукции. Современные тенденции экономического развития ограничивают возможности выбора экологически безопасной, а также традиционной продукции.

Что касается влияния динамики денежных доходов домохозяйств на розничный товарооборот, то с их ростом на одного жителя реализация продовольственных товаров в абсолютном выражении увеличивается, а в относительном снижается время как по непродовольственным товарам с ростом доходов наблюдается тенденция к увеличению их реализации как в абсолютном, так и в относительном выражении. Это особенно касается товаров культурно-бытового назначения.

При кризисном состоянии экономики и отсутствия устойчивой положительной динамики денежных доходов домохозяйств наблюдается тенденция к увеличению в розничном товарообороте торговой сети удельного веса продовольственных товаров и соответствующего снижения доли непродовольственных товаров.

А рост денежных доходов населения приводит к устойчивому росту объёма продаж, улучшению структуры товарооборота: увеличению удельного веса в объёме, продаж мясных, рыбных, овощных продуктов,

так же непродовольственных товаров.

Социальные факторы оказывают непосредственное влияние на объём розничной продажи товаров и в свою очередь зависят от политической ситуации в стране и её экономического развития. Снижение жизненного уровня населения, рост безработицы, понижение доходов домохозяйства приводят сокращению размера продаж и ухудшению их структуры.

Взаимосвязь между текущими затратами торговых организаций, промышленных предприятий, а также издержками потребления домашних хозяйств должна учитываться при оценке эффективности механизма управления. В то же время, издержки потребления в новых рыночных условиях требуют более углубленной, учитывающей не только временные и денежные затраты, но и ущерб неимущественного характера.

Таким образом, на развитие розничного товарооборота оказывают влияние как внешние, так и внутренние факторы. Среди основных внешних факторов можно выделить следующие: состояние экономики в целом, уровень развития конкуренции, динамика денежных доходов и расходов населения, и т.д.

Внутренним фактором розничный товарооборот республики является важнейшим источником формирования валового внутреннего продукта страны. Динамические процессы, происходящие в этой сфере, создают позитивные возможности для дальнейшего развития потребительского рынка и обеспечения социального благополучия населения.

В целом миссия органов власти и управления в сфере розничной торговли состоит в обеспечении гармоничных отношений в системе «домашние хозяйства - хозяйствующие субъекты - государство» путем создания институциональных и организационно – экономических условий для эффективной деятельности и удовлетворения потребностей населения в товарах и услугах.

Литература:

1. Брагин Л.А. “Экономика торгового предприятия”. Торговое дело: Учебник-М: Инфра – М; 2004

2. Зуева О.Н. Логистическое функционирование домашних хозяйств / О.Н.Зуева.-Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. эк. ун-та,2007

3. Кадыров Д.Б. Доходы населения фактор роста благосостояния, Воронеж, 2004.

4. Зокирова Ш.М., Негматова Ш.Г. Экономика торговых предприятий. Научно-методический комплекс, ТГУПБП. Ходжент-2015. С.245

УДК - 338Т8

Ниёзов Д.С., к.э.н., ст. преподаватель
кафедры менеджмента
Института экономики и торговли
Таджикского государственного
университета коммерции

ГРАВИТАЦИОННЫЙ МЕТОД ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ

Важным условием повышения конкурентоспособности деятельности розничных торговых предприятий на потребительском рынке является оптимизация их размещения относительно мест продажи товаров.

Число покупателей значительно возрастает при приближении мест расположения домашних хозяйств к предприятиям розничной торговли.

Так, американские ученые определяют ареал расселения потенциальных покупателей конкретного торгового магазина радиусом 25 тыс. метров. [4] Британские авторы, определяя коэффициенты гравитации покупателей двух конкурирующих розничных торговых предприятий, расположенных в разных городах, приводят примеры расчета для расстояний 8 миль, другие – 15 миль. [2] Данный расчет основан на реальных расстояниях от покупателей до розничных торговых предприятии.

Э. Ньюмэн и П. Каллен, приводя такую же принципиальную модель структуры торговой зоны, отмечают: «Первичная зона могла бы содержать примерно 70% потребителей, вторичная – 20%, а третичная – 10% случайных потребителей. Конкретные численные значения изменяются в зависимости от месторасположения и характера розничной торговли, а также особенностей географических районов». [4]

Таблица – 1

Соотношение ступеней обслуживания с учетом частотой возникновения потребностей и уровнями застройки. [1]

Потребность в товарах и услугах	Радиус территориальной доступности, метр	Название территории	Уровень ступени
Повседневная	Шаговая доступность 300-500	Микрорайон	I –ступень
Периодическая	500-800	Жилой район	II–ступень
Эпизодическая	800-1500	городской центр	III–ступень

На наш взгляд, данный подход к конкурентоспособности системы розничного торгового обслуживания дает возможность учесть комплексность обслуживания, устанавливать нормативы обслуживания и контролировать их исполнение.

По мнению М. Леви и П. Каллен различают три зоны: ближняя, средняя, дальняя. Граница ближней зоны определяется ими не более чем в 2-4 тыс. м. (10 мин езды от магазина). Средняя зона располагается на территории в радиусе 2-6 тыс. м. (15-20 мин). Дальняя зона располагается за пределами 6 тыс. м. и может простираться в крупных городах на расстояние до 25 тыс. метров. [5]

Анализируя вышеприведенные методики, по вопросам радиуса зоны обслуживания населения предложим следующую таблицу:

Таблица 2. – доступная радиус обслуживания

Зона		Радиус / метр	Масса покупатели	Минут
1	Доступный	2-4 000	70 %	10
2	Среднедоступный	2-6 000	20 %	15 - 20
2	Труднодоступный	более 6000	10 %	более 25

Составлено автором

Применение модели Д. Хаффа позволяет определить размер торговой зоны предприятий розничной торговли, в отличие от модели Рейли, ориентированной на более крупные центры розничной торговли. По сути, при рассмотрении выше примера, нами был сделан шаг в этом направлении. Д. Хаффом введен термин «привлекательность для отдельного покупателя» определенного магазина, расположенного в районе его проживания.

Нами рассматривалось практическое использование модели Хаффа применительно только к двум покупателям. На практике их число может быть значительно больше, т.к. данная модель дает возможность рассчитать значения вероятности для неограниченного числа розничных торговых предприятий. На основе пяти розничных торговых предприятий г. Худжанда (магазин «Анис», «Оазис-2», «Мухаё», «Хуршед +» и «Амид») относительно домохозяйства, произведем расчет показателей относительной привлекательности для покупателя данных магазинов (табл. 3).

Таблица – 3.

Расчет относительной привлекательности для покупателя пяти близлежащих магазинов

Магазин	Торговая площадь, м²	Расстояние от дома до магазина (Т), метр	T^2	Показатель относительной привлекательности магазина j $A_{ij} = \frac{S_j^a}{T_{ij}^b}$	Вероятность предпочтения покупателем i магазина j $P_{ij} = \frac{A_{ij}}{\sum A_{ij}}$
«Анис»	750	950	902500	0,00083	0,120
«Оазис - 2»	680	600	360000	0,00069	0,100
«Мухаё»	473	460	211600	0,0022	0,318
«Хуршед +»	810	824	678976	0,0011	0,159
«Амид»	724	580	336400	0,0021	0,303
Всего				0,00692	1,000

Расчеты автора

На основании, проведенных расчетов можно сделать следующие выводы. Во - первых, определена вероятность посещения каждого их пяти розничных торговых предприятий покупателем, место жительства которого находится в районе их дислокации. Наиболее вероятным местом совершения покупок стал, исходя из заложенной степени влияния двух факторов, магазин «Анис» (второй по размеру, но расположенный значительно ближе к домохозяйству, чем крупнейший магазин). Наиболее близко расположенный, но небольшой по размеру магазин «Мухае» – наименее вероятное место совершения покупок. Достоверность расчетов подтверждается путем суммирования показателей вероятности посещения отдельных розничных торговых предприятий. Их общая сумма должна составлять единицу, что отражается в нижней строке правого столбца таблицы.

Анализ расчетов для двух и пяти магазинов, показывает, что с ростом их числа вероятность их посещения понижается. Понятно, что если бы количество магазинов составляло 10, то средняя вероятность составила бы около 10% (100%/10), а при числе магазинов 20 – лишь 5% (100%/20).

Для выбора места дислокации и потенциальной мощности розничного торгового предприятия может быть применен также метод множественной регрессии, позволяющий выявить влияние различных факторов на исследуемую величину. С этой целью целесообразно

использовать следующую формулу:

$$y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_nx_n + E, \quad (3)$$

Где: y - зависимая переменная (розничный товарооборот, магазина); $x_1, x_2, x_3, \dots, x_n$ - независимые переменные (численность населения определенной зоны, размер магазина, широта ассортимента, интенсивность конкуренции и т.д.); a – постоянная величина; $b_1, b_2, b_3, \dots, b_n$-коэффициенты регрессии, выражающие степень влияния на зависимую переменную соответствующей независимой; E – величина погрешности.

Практическое применение регрессионных моделей позволяет осуществить научно обоснованное прогнозирование объемов продаж предполагаемого к размещению в определенном месте (или других местах) торгового предприятия исходя из конкретных условий (действия экзогенных факторов).

Конкурентоспособность деятельности магазина на потребительском рынке зависит от ряд факторов: месторасположение относительно жилых комплексов в зоне влияния; наличие социально значимых объектов, вблизи которых ограничена продажа некоторых групп товаров (детские, образовательные, медицинские организации, объекты спорта, организации культуры и т.д.); конкурентное окружение; наличие остановок общественного транспорта, железнодорожных вокзалов, автовокзалов, транспортных развязок, которые создают повышенный пешеходный и автомобильный трафик; жилые массивы, численность населения в зоне влияния; этаж, на котором расположен магазин, наличие парковочных мест поблизости и т.д.

При поиске территорий, потенциально привлекательных для открытия новых магазинов, также важно учитывать существующие ограничения монополистической деятельности. В частности, ни одна торговая сеть не может занимать более 25% потребительского рынка.

Рассмотрим имеющиеся постановки задач оптимизации размещения магазинов в некоторых отраслях обслуживания, попытаемся сопоставить их между собой и оценить возможности их использования.

Пусть множество I = {1,…, I} задает набор возможных мест размещения магазинов, реализующих некоторый однородный продовольственный продукт. В любом месте размещения i $\in I$ можно открыть магазин имеющий затраты C_i ($C_i \geq 0$). Считается, что магазин реализующих продукцию для потребителей в неограниченном количестве.

Множество J ={1,…, J} задает набор потребителей. Для каждой пары ij известна величина $g_{ij} \geq 0$ затрат на реализации продукции и предоставление услуг потребителю. Нам необходимо найти такое

множество мест размещения магазинов $S\square\square I$, $S\square\square\square$в каждом из которых с минимальными затратами удовлетворяются потребности покупателей.

С помощью приведенных обозначений критерий оптимальности задачи

размещения магазинов запишется следующим образом: [4]

$$F(S) = \sum_{i \in S} C_i + \sum_{j \in J} \min_{j \in S} g_{ij} \rightarrow min\ , \qquad (5)$$

Анализ приведенной выше модели позволяет отметить отсутствие учета существующих учреждений различного типа, представляющих собой места массового скопления населения, но именно такие места формируют повышенную емкость потребительского рынка, обусловливают рост товарооборота магазинов.

Модель размещения магазинов, также должна учитывать факторы плотности населения в точке размещения, территориальной доступности по принципу кратчайшего расстояния.

В системе расселения плотность населения конкретного пункта размещения магазина имеет определенное значение: чем она выше, тем выше емкость потребительского рынка в данной зоне обслуживания, ниже транспортные издержки по организации материально-технической базы магазина.

По нашему мнению, принятое допущение, сводящее минимизацию времени к минимизации расстояния, снижает достоверность решения, поскольку зависимость между расстоянием и временем для различных населенных пунктов, категорий дорог не является одинаковой.

Именно поэтому, на наш взгляд, целесообразнее было бы в качестве параметра *Cij* назвать параметр время доступности между пунктами *i* и *j*. Главным критерием в подходе разработчиков модели фактически является минимизация суммарного расстояния, а не времени, т.к.

характеристика транспортного пути или какая-либо гипотетическая его оценка в модели отсутствует.

В другой, несколько более сложной модели, ее приверженцы критерий оптимальности строят с учетом стоимостных характеристик – затрат времени

на приобретение товаров и издержек обращения в них магазинах: [6]

$$L = \sum_{i=1}^{m} \sum_{j=1}^{n} C_{ij} X_{ij} + \sum_{i=1}^{m} f_i(X_i) X_i \qquad (6)$$

Первое слагаемое в формуле (6) определяет суммарную стоимость общего времени, потраченного на получение товаров (услуг) в регионе размещения, второе – характеризует суммарную величину издержек

обращения на один товар или услугу (один контакт с хозяйствующим субъектом).

Введение в модель издержек обращения, с одной стороны, повышает ее достоверность, но с другой – требует перевода затрат времени в стоимостную форму (суммирование показателей – стоимость затраченного времени и издержки обращения является весьма трудносопоставимым).

Комплексный анализ задач данного типа показывает, что в них минимизируются только общие затраты времени или расстояния, а ограничение на величину радиуса зоны доступности задается только в среднем. Отсюда вывод, что наиболее удаленные населенные пункты могут попасть в оптимальный план и иметь радиус зоны обслуживания гораздо больше, чем норматив.

Недостатком анализируемых моделей является, с одной стороны, однокритериальная постановка, не учитывающая одновременно два противоречивых требования – минимизировать доступность и максимизировать доходность, или сравнивать трудносопоставимые характеристики.

На наш взгляд, наиболее удачное решение задачи размещения магазинов по продаже продовольственных товаров необходимо искать, используя метод имитационного моделирования, обеспечивающего использование практического опыта и интуиции экспертов, большие возможности при сопоставлении решений по нескольким критериям и точное исследование значительного числа вариантов решения задачи путем организации диалоговых контактов с алгоритмом имитационной модели. [6]

Особый интерес представляет экономико-математическая модель, предложенная Н.Б. Кобелевым, позволяющая сформировать многокритериальную имитационную модель размещения магазинов: [6]

$$\begin{cases} F\ (v) = \min\limits_{v \in M} \sum\limits_{j=1}^{k} \sum\limits_{i=1}^{n} \lambda_i * p_{ij}, \\ V_j = max \bigcup\limits_{i=1}^{n} R_i, \\ U = max U_\beta \end{cases} \qquad (7)$$

Где: λ_i– население i -й зоны города, p_{ij} – среднее время доступности j –го предприятия обслуживания из i -й зоны.

Экономико-математическая модель (7) содержит три целевые функции: функцию доступности магазина *F*, функцию величины магазина *V*, уровень рентабельности магазина *U*.

Первая целевая функция доступности магазина *F* реализует принцип заданной доступности магазина, предполагающий такое размещение магазина по каждому виду и комплексу услуг, когда среднее время, затраченное потребителям на один контакт с обслуживающим магазином, меньше или равно заранее определенному для каждого типа магазина нормативному времени.

Для моделирования доступного месторасположения магазинов необходимо определить функцию спроса, зависимую от следующих факторов:

-расстояние конечного радиуса до магазина, учреждений (Si);

Функция спроса в данном случае будет являться квадратичной и обратной, т.е. при увеличении расстояния, спрос будет снижаться. Принято, что время в пути покупателей предприятий розничной торговли не должно превышать 15-20 минут;

- Численность работающих на предприятиях, обучающихся в учебных заведениях. Функция спроса будет выражена линейной прямой зависимостью, т.е. с ростом числа покупателей, спрос увеличивается и наоборот ($ЧР_i$);

- Число предприятий конкурентов. Зависимость от данного фактора выражается обратной линейной зависимостью (Q);

- Относительная величина расстояний от субъектов – клиентов и от предприятий – конкурентов до наиболее близко расположенного субъекта – клиента (Ор);

- Пропускная способность предприятий конкурентов (зависимость обратная).

С учетом вышеперечисленных факторов функция спроса имеет следующий вид:

$$Y = f\left(S_i, P_I, C_I, K_{IJ}, L_i\right)(i = 1, m; J = 1 \dots n), (8)$$

$$Y = \sum_{j=1}^{n} a_{ij}\left(\frac{1}{S_{ij}}2\right) + b_j P_j - cG + \sum_{j=1}^{n}\sum_{j=1}^{m} d_{ij}K_{ij} - \sum_{i=1}^{m} L_i * L_j, \quad (9)$$

Где: n - число обслуживаемых зон; m – число магазинов конкурентов; S_i – расстояние до обслуживаемых зон; P_I – численность населения в обслуживаемых зон; С- количество магазинов – конкурентов; 0 – отношение расстояний между клиентами и конкурентами a_{ij}, b_j, cG, d_{ij}- коэффициенты влияющих факторов. Отношение расстояния $(0ij \dots 0mn)$

$$0 = \frac{S2_j}{S1_j}, \qquad (10)$$

Где: $S2_j$ - расстояние от магазина конкурента до ближайшей зоны обслуживания; $i = 1 \dots m; j = 1 \dots n$, $S1_j$ - доступное расстояние

обслуживаемых зон. Если $1 < 0_{ij}$, то в этом случае расстояние от магазина – конкурента до зоны обслуживания больше, чем от образующегося магазина; когда $0_{ij} < 1$, то в этом случае магазин - конкурент находится ближе к зоне обслуживания, доступной для покупателя (чем образующееся магазина). Когда $0_{ij} = 1$ - расстояние от магазина – конкурента и образующегося магазина до максимальной зоны обслуживания одинаковое.

$$Y = \sum_{m}^{n} a_i \left[\left(\frac{1}{S_i}\right) 2 * P\right] - C_G, \qquad (11)$$

Вопрос оптимального размещения предприятий розничной торговли магазинного типа, рассматривался в научных трудах различными учеными. В городе для определения оптимального размещения предприятий розничной торговли магазинного типа многие экономисты предпочитают формулу, предложенную В.И.Корсекиным. [7]

$$P = \frac{\left(\sum_{N_d}^{N} K_p\right) * S}{1000}, \qquad (12)$$

Где: N – численность населения, тыс. человек; N_d – численность населения работающих днем, тыс. человек. K_p - показатель коэффициент спроса от 0,7-0,8; P – показатель соотношения трудоспособного и нетрудоспособного населения, от 16-65 лет; S - показатель количества оптимальных мест, для размещения торговых объектов.

В сфере розничной торговли оптимальная зона обслуживания определяется временем пешеходной доступности на расстояние до 1000 метров.

Таким образом, система принятия решений, применяемая для определения направлений территориального развития и размещения магазинов, основывается на сравнении рейтинговых оценок потенциальных мест открытия новых магазинов, рассчитанных в зависимости от наличия на этой территории объектов, уже имеющихся или планируемых, оказывающих положительное влияние на конкурентоспособность магазинов розничной торговли на потребительском рынке.

Литература:

1. Андреева Е.С. Проблемы размещения торговой сети в застройке крупного города / Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право» Научный журнал. г. Ижевск № 4 / 2011. -215 с.

2. Захарин, Д.М. Экономико-математические методы в территориальном планировании сферы обслуживания / Д.М. Захарин, А.В. Шинкаренко, А.С. Эпштейн // сб. ст. Математическое обеспечение задач размещения. – М. : 1974. – С. 42-46.

3. Кобелев, Н.Б. Методы оптимального управления отраслью обслуживания населения / Н.Б. Кобелев. – М.: Легкая и пищевая промышленность, 1981. – 232 с.

4. Кобелев, Н.Б. Основы имитационного моделирования сложных экономических систем: учеб. пособие / Н.Б. Кобелев. – М.: Дело, 2003. – 336 с.

5. Котельникова А.В. Обеспечение конкурентоспособности предприятий общественного питания: автореф, дис…канд.экон.наук: 08.00.05. / Котельникова Анжелика Вениаминовна. - Уфа: 2009. – 24с.

6. Ньюмэн Э., Каллен П. Розничная торговля: самоорганизация и управление / пер. с англ.; под ред. Ю. Каптуревского. СПб.: Питер, 2005. – 416 с.

УДК 658:339.1

Носаченко О.А., аспірант
Одеський національний економічний університет

РЕЗЕРВИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ

В сучасних умовах високої конкуренції в оптовій торгівлі надзвичайно важливим виступає виявлення можливих резервів, які дозволять визначити конкретні шляхи розвитку підприємств.

До резервів діяльності підприємств відносять «невикористані, або такі, що відкривають можливості, зміни рівня будь-якого показника» [1, с. 136] або «втрачені (не використані) на даний момент можливості зростання обсягу випуску і продажів продукції, зниження її собівартості, збільшення суми прибутку і підвищення рівня рентабельності, зміцнення фінансового стану, а також поліпшення інших економічних показників діяльності організацій» [2]. Під резервом конкурентоспроможності розуміють результат аналізу всієї системи підприємства та діагностики його станів, який може бути реалізований в перспективі [3]. Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства розглядаються в якості невикористаних можливостей розвитку шляхом застосування ефективних економічних методів, при чому доречно «сукупність резервів конкурентоспроможності підприємства підрозділити на втрати, що обумовлені нераціональним використанням власного потенціалу і умов зовнішнього ринкового середовища і нові можливості передового розвитку техніки, технології, передового досвіду, способів господарювання, ринковими і

неринковими умовами» [4, с. 249].

Особливість підприємств оптової торгівлі полягає в тому, що вони спеціалізується на веденні оптового торгу і мають необхідні передумови для виконання повного комплексу закупівельно-збутових і складських технологічних операцій [5, с. 51].

Для виявлення резервів конкурентоспроможності підприємств саме оптової торгівлі важливим є розгляд їх класифікації, в основу якої покладено різні критерії, що дозволяють віднести виявлені види до конкретного таксономічного рівня.

Л.В. Гриневецькою (2010) запропоновано класифікацію резервів підвищення конкурентоспроможності підприємства за 5-ми основними групами [4, с. 250]: 1) використання ринкової ситуації, 2) використання організаційного потенціалу підприємства, 3) використання виробничо-технологічного потенціалу підприємства, 4) використання фінансово-економічного потенціалу, 5) використання кадрового потенціалу. Практично всі вони можуть бути використані для підприємств оптової торгівлі, але види резервів потребують корегування. На основі існуючої класифікації резервів підвищення конкурентоспроможності підприємств, проведено її вдосконалення для підприємств оптової торгівлі (табл. 1).

Таблиця 1

Класифікація резервів підвищення конкурентоспроможності підприємств оптової торгівлі

Група	Вид
1) використання ринкової ситуації	- резерви інвестицій, - резерви вірного обліку, - резерви використання законодавчої і нормативної бази, - резерви вибору цільового ринку і його сегменту
2) використання організаційного потенціалу підприємства	- резерви підвищення ефективності реклами - резерви використання нтп - резерви залучення можливих модифікацій - резерви знаходження і використання інновацій - резерви підвищення якості обслуговування - резерви контролю - резерви поліпшення роботи з постачальниками і споживачами
3) використання виробничо-технологічного потенціалу підприємства	- резерви використання основних фондів - резерви використання площ - резерви використання часу роботи - резерви використання обладнання - резерви інтенсифікації технологічних процесів - резерви поліпшення матеріально-технічної бази - резерви поліпшення навантажувально-

	розвантажувальних робіт і транспортних послуг - резерви вдосконалення логістики
4) використання фінансово-економічного потенціалу	- резерви фінансової стійкості - резерви використання власного капіталу - резерви залучення позикового капіталу - резерви використання цінових чинників підвищення конкурентоспроможності
5) використання кадрового потенціалу	- резерви зменшення втрат робочого часу - резерви підвищення кваліфікації кадрів - резерви підвищення творчої активності кадрів

Доречно доповнити існуючу класифікацію наступними ознаками резервів, що є актуальними для підприємств оптової торгівлі:

- за часом їх впливу: коротко-, середньо- і довгострокові;
- за об'єктом виникнення: внутрішні та зовнішні;
- за змістовністю: загальні, комплексні та особисті.
- за ознакою залежності діяльності: латентні та відкриті;
- за окремими економічними показниками: трудовими ресурсами, основними фондами, матеріалами;
- за терміном, протягом якого можуть бути використані: поточні і перспективні;
- за можливістю частоти використання: одноразові та багаторазові.
- за структурою: прості й складні.

Таким чином, однією з важливих класифікаційних ознак, на думку багатьох вчених виступає обов'язковість формування резерву. Така ознака дозволяє відмежувати обсяги та види резервів, що постають на власний розсуд підприємств й створюються відповідно до діючого законодавства. Інша справа, що обсяги резервування за нормативними вимогами можуть відрізнятися від тих, які дійсно формуються на практиці. Необхідність формування резервів та їх подальший аналіз визначає потребу в обґрунтуванні чіткої класифікації, яку використовують у процесі дослідження обраних підприємств, якими виступили підприємства оптової торгівлі.

Виявлено, що для підприємств оптової торгівлі доречним є вдосконалення існуючих класифікацій резервів. Тому на основі існуючих груп резервів запропоновано виділення конкретних видів і ознак резервів, що є актуальними для підприємств оптової торгівлі і які з практичної та теоретичної точки зору важливі для використання в економічному аналізі діяльності зазначених об'єктів.

Список літератури

1. Осипов В.І. Економіка підприємства: підручник. Одеса: Маяк, 2005. 724 с.
2. Резервы повышения эффективности деятельности предприятия URL: http://www.grandars.ru/college/ekonomika-firmy/rezervy-predpriyatiya.html (дата звернення 25.10.2019)
3. Яксанова Н.Н., Яксанов Д.С. Резервы повышения конкурентоспособности предприятий пищевой промышленности. *ЭТАП: Экономическая теория, Анализ, Практика*. 2014. № 4. С.121-132.
4. Гриневецька Л.В. Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємства. *Вісник соціально-економічних досліджень*. 2010. Вип. 38. С. 248-252
5. Балджи М.Д., Допіра І.А., Однолько В.О. Економіка та організація торгівлі: навч. посіб. Київ: Кондор, 2017. 368 с.

УДК 658.7

Носова Т.І., к.е.н, доцент
Говоруха А. студентка
Університет митної справи та фінансів

ПЛАНУВАННЯ ТА ОРГАНІЗАЦІЯ ЗАКУПІВЕЛЬ В ТОРГОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

«Продуктивність – не випадковість. Це завжди результат прагнення до досконалості, розумного планування і цілеспрямованих зусиль»

Закупівлі товарів є основою комерційної діяльності оптових торгових підприємств. Їхня мета полягає в забезпеченні планомірного і безперебійного забезпечення товарами роздрібної торговельної мережі. Операції оптових закупівель товарів властиві не тільки оптовим підприємствам, а також і роздрібним. Більш сильні конкурентні переваги отримують ті компанії, які звертають увагу на товаропостачання і скорочення витрат за рахунок ефективної організації системи закупівель.

Планування закупівель – це початковий етап у здійсненні закупівель. Організація закупівель – це система пошуку і відбору постачальників для задоволення певних потреб. [1] Планування в сфері закупівель – це важливий процес абсолютно для всіх організацій, так як їх майбутня прибутковість безпосередньо залежить від правильності складання прогнозу витрат. [1]

Як стверджував австрійський економіст і філософ – Фрідріх фон Хайек: «Торгівля — вважають її справжньою роботою чи ні — принесла не тільки індивідуальне, але і колективне багатство завдяки зусиллям розуму, а не м'язів.» [2]

Організація оптових закупівель – це комплекс взаємозв'язаних управлінських і комерційних рішень та торгових операцій, виконанням яких забезпечується виявлення попиту споживачів відповідно до потреб суспільства, надання й узгодження з постачальниками замовлень на виробництво і постачанням товарів.[3]

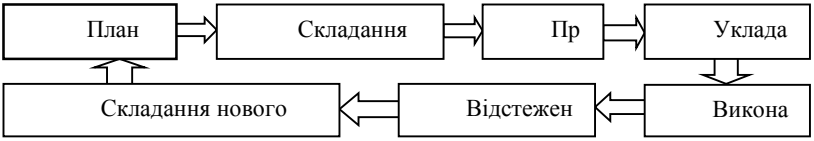


Рис. 2.Схема організації закупівель

Метод оптових закупівель припускає постачання матеріальних ресурсів великою партією за один раз. Переваги цього методу полягають в простоті оформлення документації, гарантії постачання повного обсягу замовлення, підвищених торгівельних знижках.

При регулярних закупівлях дрібними партіями підприємство замовляє необхідну кількість товарів впродовж певного періоду часу. Метод закупівлі в міру необхідності схожий на регулярну закупівлю, але відрізняється приблизно замовленою кількістю, узгодженням з покупцем кожного постачання і оплатою тільки поставленої кількості. Найбільш поширені такі методи управління закупівлями:

При використанні методу збільшення об'ємів закупівель в ухваленні рішення про закупівлю враховується попит на конкретні види продукції, аналіз попиту за рік з урахуванням можливих сезонних коливань, визначається об'єм попиту достатній для створення запасів продукції. Рішення приймається залежно від кількості замовлень, а не від кількості проданого товару.

- Метод зменшення об'ємів закупівель має на увазі щомісячний аналіз статистики збуту продукції, яка не має попиту. Об'єми видів товарів, що повільно реалізовуються, зводяться до мінімуму. Метод прямого розрахунку є обчисленням середніх величин і не враховує динаміку і циклічність попиту.

При цьому визначаються такі показники, як період часу розрахунку, загальна кількість проданої продукції в цей період, середній обсяг запасів в тиждень.[4] Існує кілька принципів організаційної побудови:

1. Принцип ієрархічної впорядкованості, тобто більшість організацій мають ієрархічну природу.

2. Принцип інтегрованості. Він походить від загальносистемного принципу емерджентності.

3. Принцип оптимальності. Вибір найкращого варіанту побудови структури з урахуванням обмеженого складу організаційних елементів і ресурсів.

4. Принцип адаптивності. Пристосування як суб'єктам торгівлі до умов зовнішнього середовища.[5]

Перераховані компоненти є основою для вдосконалення підходу до управління закупівлями підприємства в конкретних умовах господарювання і дозволяють підвищити ефективність управління споживаними ресурсами.

Виходячи з вищесказаного, закупівля – це усвідомлення необхідності в матеріальних ресурсах, пошук і вибір постачальників, а також переговори з умов угоди. Для цього необхідно володіти безліччю різних навичок, у тому числі умінням точно прогнозувати потреби і підтримувати хороші взаємовідносини з постачальниками.

Список використаних джерел:

1. Планування в сфері закупівель [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://otendere.com/zakupki/informaciya-zakupki/planirovanie-zakupok.html.

2. Хайек Ф. А. Пагубная самонадеянность. Ошибки социализма / Ф. А. Хайек. – М. : Новости, 1992. – 32 с.

3. Планування в сфері закупівель [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://otendere.com/zakupki/informaciya-zakupki/planirovanie-zakupok.html.

4. Методи і форми організації закупівельної діяльності на підприємстві [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://docplayer.ru/29105585-Metody-i-formy-organizacii-zakupochnoy-deyatelsnosti-na-predpriyatii.html.

5. Апопій В. В. Організація торгівлі / В. В. Апопій. – К. – 2002.

УДК 339. 13. 017

Носова Т.І., к.е.н, доцент
Поршнєва А. студентка
Університет митної справи та фінансів

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ З ПРОВЕДЕННЯ МІЖНАРОДНИХ АУКЦІОНІВ

В сучасних умовах глобалізації економічних процесів можна спостерігати розширення торговельних зав'язків між країнами за допомогою міжнародного аукціону. Головною ідеєю проведення аукціонів – вільний продаж товару без використання фіксованих цін.

На сьогодні центрами міжнародної аукціонної торгівлі стають країни третього світу, проте роль всесвітньо відомих аукціонних середовищ Західної Європи та Північної Америки профорієнтується на більш вигідні аукціонні торги [1].

Аналізуючи інформаційну базу дослідження вчених слід виділити праці Ю. Г Козака, який характеризує міжнародний аукціон, як періодично діючий в певних місцях ринок, на якому шляхом публічних торгів у завчасно обумовлений термін та в спеціально визначеному місці проводиться продаж раніше оглянутих товарів [2].

М. С. Алябишев описує поняття аукціон, як організаційна форма публічного продажу майна або товарів у визначений час і у встановленому місці [3].

Таким чином, поняття аукціон у міжнародній торгівлі має такі значення:

- як безпосередній торг за товар, який відбувається між аукціоністом та покупцями;
- як комерційна структура, що організовує, проводить продаж товарів за допомогою торгу.

Географічні центри проведення міжнародних аукціонів прив'язані до місць виробництва товарів та фінансово-розвинених центрів. Міжнародні товарні аукціони організовуються 2-4 рази на рік у великих торговельних центрах, зокрема у Нью-Йорку, Лондоні, Ліверпулі, Токіо, брокерськими фірмами та асоціаціями на комісійних засадах [2].

Щодо ситуації в Україні, то стан аукціонної торгівлі характеризується нерозвинутим рівнем. За роки незалежності не було визначено внутрішнього центру аукціонної торгівлі, але слід зазначити, що потенційними для становлення вітчизняного центру міжнародної торгівлі із використанням аукціонів є галузі сільського господарства, продукти первинної обробки чорної та кольорової металургії. Сучасним

вітчизняним аукціоном є земельний аукціон, який характеризуються невпорядкованістю [4].

Аукціони можна класифікувати за такими критеріями: джерела отримання прибутку (змішані, комісійні від продавця, різниця в цінах закупівлі та продажу), функціональна спрямованість (торговельні, торговельно – виробничі), форма організації торгівлі (відкриті, закриті) [5].

Проведення аукціонів забезпечує переваги для покупця і продавця товару (рис. 1).

У сучасній міжнародній торгівлі можна виділити тенденцію падіння ролі класичного аукціону, по причинам:

- збільшення ролі міжнародної біржової торгівлі;
- низька економічна ефективність експорту, через витрати на з розвантаження, зберігання, товару;
- зростання ролі Інтернет-аукціонів, які заперечують основну вимогу аукціонної торгівлі – огляд товару перед здійсненням покупки, а також часто ігнорують принцип компромісного ціноутворення на товар. [2, 5].

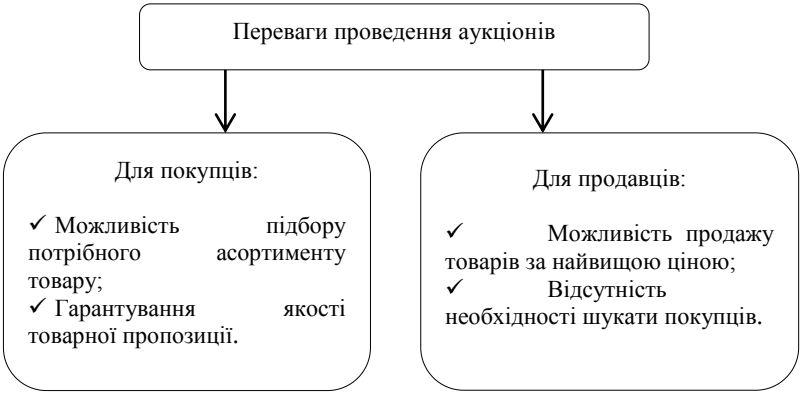


Рис. 1. Переваги проведення міжнародних аукціонів для їх учасників

Отже, міжнародний аукціон – це спеціально організований товарний ринок, де здійснюється організація купівлі-продажу товару. Міжнародні аукціони - регулярні форми організації торгівлі на зовнішньому ринку, які створюють відкриту конкуренцію, виявляють ціну товару та швидко його реалізовують у великих обсягах. Тенденцією розвитку сучасних міжнародних аукціонів, що протидіє падінню їх ролі, є вдосконалення та модифікація техніки аукціонної торгівлі. Не зважаючи на переваги, роль аукціонів поступово

зменшується порівнюючи із міжнародними біржами та тендерами, проте все-таки вони залишаються потужними торговими центрами, які щорічно примножують виручку від аукціонної торгівлі.

Список використаних джерел:

1. Міжнародні товарні аукціони. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://library.if.ua/book/68/5029.html

2. Козак Ю. Г. Міжнародна торгівля: підручник, вид 5-те, переробл. і доповн. / Ю. Г. Козак, Т. Спорек, Е. Молендовський. – Київ-Катовіце-Краков. Центр учбової літератури, 2015. – 272 с.

3. Алябишев М. С. Особливості укладення договорів на аукціоні: автореф. дис. канд. юрид. наук: 12.00.03 / М. С. Алябишев ; НДІ приват. права і підприємництва Акад. правов. наук України. – К., 2009. – 83 с.

4. Коритник М. В. Проведення аукціонів при передачі в оренду земель сільськогосподарського призначення державної форми власності / М. В Коритник // Економіка АПК. - 2015. - № 2. - С. 116-122.

5. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля: Навч. посібник / Т. М. Циганкова, Л. П. Петрашко, Т. В. Кальченко. − К. : КНЕУ, 2001. — 488 с.

УДК 339.187.44

Носова Т.І., к.е.н., доцент
Соломінова П.А. студентка
Дніпропетровський університет митної справи та фінансів

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ ЯК ФОРМИ ПІДТРИМКИ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Франчайзинг є формою співпраці між учасниками: франчайзером та франчайзі, які фінансово та юридично незалежні один від одного. Вкладення інвестицій у перевірену концепцію бізнесу, що успішно розвивається, сприяє швидкому визнанню франчайзі на певному ринковому просторі, а отримання консультаційної й рекламної підтримки франчайзера, дотримання стандартів ведення підприємництва дозволяє значно мінімізувати ризики франчайзі і забезпечує процвітання малого бізнесу. У сучасному світі франчайзингові пропозиції в Україні достатньо різноманітні за якістю та видами діяльності, завдяки чому можна ефективно розвивати малий і середній бізнес. Більшість всесвітньо відомих компаній стали такими завдяки франчайзингу, наприклад такі як: McDonalds, ZARA , Subway, Shell, Singer , Starbuks .

Франчайзинг або франшиза або комерційна концесія - вид відносин між ринковими суб'єктами, коли одна сторона (франчайзер) передає другій стороні (франчайзі) за плату право на певний вид бізнесу, використовуючи розроблену бізнес-модель його ведення: діяти від свого імені, використовуючи технологію, сировину , товарні знаки або бренди франчайзера.[1].

Залучаючи кошти франчайзі, франчайзер компенсує нестачу капіталу й знижує ризики запозичення. Залучаючи підприємців для оперативного управління роздрібними точками, франчайзер отримує мотивованих менеджерів, що вклали власні гроші й керують своєю справою [2].

Франчайзер - це компанія, яка видає ліцензію або передає в право користування свій товарний знак, ноу-хау і операційні системи. Франчайзі - це людина або компанія, яка купує можливість навчання і отримання допомоги при створенні бізнесу у франчайзера і виплачує сервісну плату (роялті) за використання товарного знака, ноу-хау і системи ведення робіт франчайзера.[3]. Продавець не тільки передає покупцю право на використання товарної марки, а й надає йому допомогу у вигляді надання технічних послуг, реклами, підготовки кадрів та підвищення їх кваліфікації, поставок та ін. Франчайзі за ці послуги вносить одноразову плату при організації бізнесу і здійснює періодично платежі, а також зобов'язується вкласти в цю компанію частину свого капіталу та надавати послуги в сфері маркетингу і менеджменту. Франчайзер бере участь в управлінні та контролі за послугами, що надаються франчайзі [4].

Світова практика здійснення франчайзингових відносин засвідчує існування різних видів франчайзингу:

1) товарний (інші назви - торговий, збутовий);

Франчайзинг на продаж готового товару . Франчайзером є виробник, який продає готовій продукт франчайзі , який перепродає продукцію франчайзера і відмовляється від продажу товару конкурентів .

2) виробничий (промисловий);

Франчайзинг на виробництво товару . Франчайзер продає сировину для виготовлення продукції . У цьому випадку франчайзі зобов’язан виконувати вимоги технологічного процесу , якості , плану продаж , звітності. Найширше цей вид франчайзингу представлений у виробництві безалкогольних напоїв , наприклад , компанія «Coca-Cola».

3) діловий (бізнес-формат);

Найбільш ефективним для підприємств України є діловий франчайзинг, що передбачає надання дозволу франчайзі не тільки реалізовувати, як це передбачено в товарному франчайзингу, але й виробляти продукцію материнської компанії, використовуючи при

цьому її торгову марку. Передача повної концепції бізнесу полегшує входження франчайзингу в підприємницьку діяльність, з тієї причини, що цей вид франчайзингу регламентує практично всі аспекти діяльності даного підприємства. Використання ділового франчайзингу передбачає надання різних пільг франчайзі (навчання персоналу, послуги постачання та навіть фінансування), що в підсумку позитивно впливає як на діяльність окремого франчайзі, так і на функціонування всієї системи в цілому. Проте, через недосконаліть цієї системи, поширення набув виробничий франчайзинг, що передбачає дозвіл франчайзі лише на виробництво продукції франчайзера.

Успішними франчайзинговими мережами в Україні є:

ресторани швидкого харчування: «Pizza Celentano», «Fresh Line», «Lviv Croissants», «Франс.ua»; кав'ярні: «MY COFFEE», «AROMA KAVA», «Gemini»; торгові мережі: «ZARINA», «Novus», «Наш Край»; сервіс кур'єрської експрес-доставки «DELFAST»; агентство нерухомості «Re / Max»; аграрний проект «Small Fruits»; TEZ TOUR - туристичний оператор.

На сьогоднішній день понад 30 українських мереж представлені на міжнародних ринках. Яскравими представниками є:

VD one - мережа магазинів чоловічого одягу; DELFAST - сервіс кур'єрської експрес-доставки на електровелосипедах ; Arber - магазини ділового одягу для чоловіків; Burger Loft- мережу фаст-фудів.

В українському законодавстві відсутнє поняття «франчайзинг», на відміну від міжнародного права. В Україні цей вид договору отримав назву «комерційна концесія» глава 76 Цивільного Кодексу України (ст. 1115-1129) так само глава 40 Господарського Кодексу України (ст. 406-410).

Вплив на підприємства в Україні можна розглянути з двох сторін:

З боку франчайзера	• Для компаній, які надають послуги франчайзингу, виникає можливість швидкого маштабування свого бізнесу за рахунок залучення зовнішніх інвестицій, які направляються завдяки людям зацікавленим у покупці франшизи. Як правило це люди зацікавлені в розвитку бізнесу і отриманні крім прямих інвестицій, франчайзери отримують мотивованих партнерів • Для великих підприємств франшиза якась допомога в ефективності моніторингу процесів, за приводу не одноосібного аналізу і виконання • Підвищення іміджу компанії
З боку франчайзі	• Простий вхід в бізнес, за рахунок отримання інструкцій, обладнання, контактів • Хороший спосіб заробітку в короткі терміни • Не потрібні глобальні витрати на маркетинг, на відміну від відкриття власного підприємства

Так само переваги франчайзингу можна розглянути з боку менталітету.

• В Україні, на жаль, немає культури введення підприємницької діяльності.

• Найчастіше люди в Україні вважають, що для бізнесу потрібен великий капітал.

Франчайзинг - це можливість увійти в бізнес не долаючи соціальні та ментальні бар'єри

Найкращою формою франчайзингу є субфранчайзинг ,як для франчайзера , так і для франчайзі за рахунок того , що франчайзі моє право продавати франшизу третім особам.

Отже, встановлення та розвиток франчайзингових відносин є одним із найперспективніших шляхів, які можуть забезпечити позиції малого та середнього підприємництва, а це має позитивний вплив як на розвиток продуктивних сил, так і на економіку України в цілому.

Список літератури :

1. Поняття франчайзинг .- [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%87%D0%B0%D0%B9%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B3

2.Грицишин В.О. Організаційно-економічне забезпечення управління підприємствами соціально-економічної інфраструктури міста: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / В.О. Грицишин; Східноукр. нац. унт ім. В. Даля. — Луганськ, 2004. — 18 с

3. Поняття франчайзер, франчайзі .- [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.grandars.ru/college/biznes/franchayzing.html

4. Крилова Н. В. Управління міжнародними торговельними операціями: Навч. посіб. - К.: МАУП, 2008.-232 с.: іл. - Бібліогр.: с. 225-226.

5. Форми франчайзингу. - [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%87%D0%B0%D0%B9%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B3

УДК 339.13:658.84(477)

Носова Т.І., к.е.н., доцент
Петров В.А. студент
Університет митної справи та фінансів

АНАЛІЗ РИНКУ ОНЛАЙН-ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ

Важливим напрямом розвитку економіки в розвинених країнах є електронна комерція. З кожним роком все більше товарів і послуг перерозподіляється на ринку завдяки електронній торгівлі. Подібна тенденція спостерігається і в Україні, де розвиваються всі сегменти електронної комерції: корпоративні електронні торговельні площадки, роздрібні Інтернет-магазини, платіжні системи. Електронна комерція – це важлива складова такого перетворення. Чим більш розвинена економіка країни – тим більше стає об'єм ринку онлайн-торгівлі.

Г. М. Хубаєв вважає, що «електронна комерція» – така форма постачання продукції, при якій вибір і замовлення товарів здійснюється через комп'ютерні мережі, а розрахунки між покупцем і постачальником здійснюються з використанням електронних документів і/або засобів платежу.[1]

Д. Козьє, в свою чергу, відзначає, що «електронна комерція» включає в себе не лише купівлю-продаж товарів та послуг через Інтернет для безпосереднього отримання прибутку. У це поняття, на його думку, також входить підтримка отримання прибутку, створення попиту на товари та послуги, впровадження післяпродажного обслуговування клієнтів полегшення взаємодії між діловими партнерами.[2]

Поняття електронної торгівлі останнім часом значно розширилося і включає торгівлю принципово новими видами товарів, наприклад інформацією в електронному вигляді. Велика увага приділяється електронній торгівлі, орієнтованій на масового споживача. Електронна торгівля володіє великим потенціалом для радикальної зміни великої кількості економічної і соціальної діяльності і перш за все для розвитку малого і середнього підприємництва. Сфера електронної торгівлі включає: ділові операції, пов'язані з купівлею-продажем товарів; формування попиту на товари і послуги; пропозицію післяпродажної підтримки і обслуговування клієнтів; полегшення взаємодії між діловими партнерами.

Основні засади діяльності у сфері електронної комерції отримали законодавче закріплення в Україні протягом 2004–2006 рр. У 2007 році парламентом прийнято Закон України «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки» від

09.01.2007 р. № 537-V з метою реалізації завдань щодо розвитку інформаційного суспільства в Україні[3]. Цей документ декларує державну підтримку нових «електронних» форм суспільних відносин, вдосконалення законодавства з регулювання інформаційних відносин.

Електронна комерція – високоефективна форма товарно-грошових відносин, адже котрий рік підряд показує стабільне зростання, з 2010 р. по 2017 р. товарно-грошовий оборот збільшився у 6,5 разів. У 2018 році в порівнянні з минулим роком ринок електронної комерції в Україні виріс на третину. У цьому ж році українці купили онлайн товари і послуги на 65 млрд грн. Виручка від реклами в соціальних мережах, на маркетплейсах і онлайн-ресурсах гравців ринку - 9,5 млрд грн. 2,6 млрд заробили поштові оператори на доставці товарів, куплених в інтернет-магазинах. Ще 0,8 млрд грн - заробіток на онлайн-оплатах.[4]

На ринку електронної комерції виділяються чотири сегменти: інтернет-магазини, прайс-агрегатори, торгові майданчики (маркетплейси) і дошки оголошень (класифайди). Маркетплейси, такі як Prom.ua, містять інформацію про наявність та вартість товарів, розміщену продавцями, проводять оплату через сайт і займаються доставкою. Вони відрізняються від прайс-агрегаторів типу Hotline.ua тим, що забезпечують продажу на місці, а не переводять клієнта на сайт інтернет-магазину для покупки. При цьому власники обох типів майданчиків стягують комісію з продавців за розміщення продукту. А класифайди - це платформи, на яких люди самі, часто безкоштовно, розміщують інформацію про свої товари і послуги в пошуку покупців, майданчик ж заробляє в основному на рекламі або просуванні оголошень в топ.

Попри всю різноманітність сайтів, що пропонують товари і послуги, на цьому ринку в Україні всього кілька великих гравців. Звичайно, частина аудиторії йде на закордонні майданчики - Aliexpress.com, eBay.com, Amazon.com, а також в соцмережі та Youtube. Але в першу чергу українці для покупок користуються онлайн-майданчиками, зареєстрованими в УАнеті. Про це можна судити за даними про відвідуваність відповідних порталів.

У 2017 році загальний обсяг органічного трафіку з України на них досяг 757 млн відвідувань, що на 4,3% більше, ніж у 2016 році. При цьому маркетплейси охоплюють 40%, а дошки оголошень - до 35% відвідувань. До перших, крім Prom.ua, Bigl.ua і деяких інших, відноситься і Rozetka.com.ua, оскільки вже кілька років активно надає місця для сторонніх продавців. Нішу ж класифайди майже повністю окупував OLX. У сегменті прайс-агрегаторів, який в рази менше, домінують Hotline.ua і Price.ua.[5]

Переважна кількість онлайн-покупок в Україні все ще відбувається з ПК (62%). Майже в два рази менше покупок відбувається зі смартфонів (34%), а на частку планшетів в цьому рейтингу припадає лише 4% транзакцій.[6]

6% всіх покупок в інтернеті відбувається людьми старше 55 років. Чимало й інших вікових груп: 10% транзакцій припадає на вікову групу 45-54 роки, 15% - на «платоспроможну» молодь 18-24 років, 23% - на групу середніх років (35-44 роки). Найбільше онлайн-шопінгу надають перевагу люди у віці від 25 до 34 років (Рис. 1).[5]

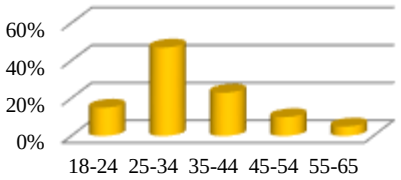


Рис. 1 «Вікові категорії покупців покупців»

Найбільший середній чек припадає на грудень (1873 грн), при тому, що сама по собі купівельна активність в останній місяць року хоч і мала значення вище середньостатистичного, але нижча листопадової. Причиною цього є те, що у грудні люди все ще знаходяться в пошуку подарунків до новорічних та різдвяних свят, але ажіотажу, пов'язаного з розпродажами «Чорної п'ятниці», як в листопаді, вже не спостерігається. Близько 17% всіх річних транзакцій припадає саме на листопад, оскільки популярність акції Black Friday з кожним роком тільки збільшується. Найменший середній чек припадає на червень (1431 грн), тут же спостерігається річний спад споживчої активності.[6]

За даними Gfk, список найбільш популярних категорій товарів, які українці купують в Інтернеті, виглядає таким чином (Рис. 2) [7]:

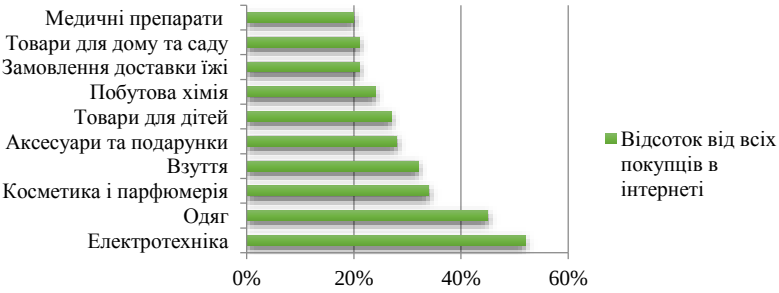


Рис. 2 «Найпопулярніші категорії товарів»

До основних трендів, які будуть присутніми на ринку української

електронної комерції та вплинуть на його зростання у 2019 можна віднести наступні:

– подальше проникнення Інтернету призведе до росту кількості активних онлайн покупців;

– зросте кількість покупців, які проживають в невеликих містах та селах;

– розширення зони покриття 4G та збільшення кількості мобільних пристроїв призвело до того, що 47 % користувачів мережі Інтернет, заходять до мережі саме з мобільних пристроїв і ця частка безперервно росте, тому в 2019 році очікується стрімкий зростання саме мобільної комерції;

– активний розвиток очікують маркетплейси;

– збільшиться кількість сервісів по доставці товарів, асортимент і якість послуг, що вони надають.

За останні роки обсяги електронної комерції в Україні показали стабільне зростання як у вартісному, так і фізичному виразі. Все більше підприємств різних галузей економіки використовують електронну комерції в своїй діяльності, застосовують її інструменти в різних напрямах своєї діяльності. Український ринок електронної комерції, ще не може претендувати на перші місця за обсягами у світі, але є одним з лідерів за темпами росту. Крім того він може стимулювати як внутрішню, так і зовнішню торгівлю, що є важливим чинником економічної стабільності в країні.

Список літератури:

1. Хубаев, Г. Н. Маркетинг информационных продуктов и услуг / Г. Н. Хубаев. – Ростов-на-Дону: РГЭУ «РИНХ», 2005. – 224 с.

2. Козье, Д. Электронная коммерция [Текст] / Д. Козье. – М.: Издательско-торговый дом «Русская редакция», 1999. – 288 с.

3. Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007–2015 роки: Закон України від 09.01.2007 р. № 537-V [Текст]. – Відомості Верховної Ради України. – 2007. – № 12 – С. 511. URL: https://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/537-16.

4. Підсумки і плани: e-commerce України 2018/2019. URL: https://evo.business.

5. Огляд ecommerce-ринку України в 2017 році. URL: https://promodo.ua.

6. Яким був онлайн-шопінг в Україні в 2018 році. URL: https://www.picodi.com/ua/.

7. Тенденції щодо здійснення покупок онлайн. URL: https://www.gfk.com/uk-ua/.

УДК: 334.784:334.72:339.18

Павлюк Т.С., к.е.н., доц. каф. ПМОіЛ
Запорізький національний університет

СОЦІАЛЬНЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО, ЯК НОВИЙ ПРІОРИТЕТ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОГВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Досліджуючи питання нових пріоритетів у діяльності торговельних підприємств, перш за все, хотілося б звернути увагу на загальні принципи та цілі діяльності підприємств, що здійснюють свою господарську діяльність у сфері торгівлі. Перш за все, торговельні підприємства здійснюють свою діяльність з метою отримання економічної вигоди, тобто прибутку. Всі стратегічні, тобто головні цілі таких підприємств можна звести до трьох основних складових. Серед головних цілей торговельної діяльності вчені зазначають: економічні цілі, що проявляються у прагненні знизити витрати, підвищити рентабельність, збільшити обсяги капіталу, досягти цільового прибутку та ін..; власні цілі полягають у бажанні досягти економічної влади, покращити імідж, зберегти сімейні традиції; соціальні цілі можуть проявлятися у прагненні створити нові робочі місця, надати матеріальну підтримку малозабезпеченим верствам населення та соціальної допомоги робітникам.

Іншими словами, можна зазначити, що виконуючи соціальні цілі підприємці займаються соціальним підприємництвом. Говорячи про соціальне підприємництво, зауважимо, що Провісником сучасного соціального підприємництва американські дослідники вважають громадську самоорганізацію, яка має давню історію та традиції в США. Теоретичною платформою наукового дослідження соціального підприємництва є концепція «змішаної» або «комбінованої» цінності Джеда Емерсона, згідно якої організація є елементом соціально-економічної реальності, в діяльності якої сполучається економічна та соціальна складові.

Саме поняття «соціальне підприємництво» передбачає діяльність підприємств, що орієнтована на досягнення не лише соціальних, але й комерційних результатів та орієнтовану на використання інноваційних підходів до вирішення соціальних проблем. Тобто, в цілому, наголосимо на тому, що орієнтуючись на соціальне спрямування, підприємства не повинні залишати осторонь комерційну складову своєї господарської діяльності. Соціальний пріоритет торговельних підприємств дає можливість не лише виконувати соціальні цілі стратегії підприємств, а й дає цілий ряд переваг для подальшого розвитку. Серед головних переваг, які отримує

підприємство сфери торгівлі від здійснення соціального підприємництва зазначимо наступні:

- нові робочі місця і нові форми підприємництва та зайнятості;
- додаткові реклама підприємства та нові зв'язки у бізнесі;
- забезпечення інклюзивного розвитку підприємства, за нормами світових стандартів;
- активізація участі громадського сектору, що збільшує кількість потенційних та реальних покупців підприємства;
- залучення нових інвесторів, для сприяння подальшому розвитку торговельної фірми;
- більш тісті зв'язки з органами самоврядування та адміністрацією району для нових можливостей проведення спільних заходів, рекламних акцій, ярмарок, тощо;
- додаткові можливості структурної модернізації підприємства;
- можливість залучення нових креативних ідей громадян та розвитку інноваційної складової торговельного підприємства.

Таким чином, враховуючи низку переваг, що отримують торговельні підприємства від соціального підприємництва, слід зазначити, що такий напрямок подальшого розвитку торговельної діяльності, що враховує інтереси не лише власників підприємств, а й інтереси громадськості може і повинен бути провідним або пріоритетним напрямом розвитку підприємств сфери торгівлі.

Обов'язково нагадаємо про компоненти, з яких має складатися соціальне підприємництво:

- перший компонент – це наявність соціальної проблеми суспільства, що вже існує та протягом довгого часу так і не була вирішена через брак фінансових або інших ресурсів, або через інші причини;
- другий компонент – це розробка та впровадження певного механізму вирішення наявної проблеми інноваційним шляхом;
- третій компонент - відновлення стійкого балансу, який дає можливість вивільнення ресурсів для суспільної цільової групи та сприяє покращенню умов життя, побуту, інфраструктури, тощо не лише для цієї групи осіб, а й для суспільства загалом. [1]

Головними цілями соціально спрямованого пріоритету діяльності торговельного підприємства, окрім, в цілому загальної – досягнення соціального ефекту від розподілення прибутку га соціальні потреби, можуть бути ще такі:

- формування позитивного іміджу торговельного підприємства, з метою підвищення інтересу фінансових агентів та клієнтів;
- поліпшення відносин з громадськими організаціями та органами

місцевого самоврядування та покращення взаємин із громадкістю;

- підвищення мотивації і продуктивності праці персоналу і таким чином збільшити обсяги продажів і частки ринку;

- зниження операційних витрат;

- зміцнення довіри іноземних партнерів до торговельного підприємства.

Серед напрямів діяльності соціально-орієнтованого торговельного підприємства виокремимо працевлаштування груп населення, генерування прибутку для надання окремих послуг, захист довкілля.

Як висновок, підкреслимо, що такий варіант соціального підприємництва, що запроваджується торговельними фірмами є вигідним та має позитивний вплив не лише на ведення господарської діяльності підприємства, а й на місцевий економічний розвиток прилеглої до такого підприємства території та її мешканців.

Література:

1. Горбенко А. Особливості розвитку та переваги соціального підприємництва. 2018. URL : iqholding.com.ua/articles/osoblivosti-rozvitku-ta-perevagi-sotsialnogo-pidpriємnitstva (Дата звернення: 30.09.2019)

2. Кожемяченко О. Соціальне підприємництво: світовий досвід та практичні аспекти встановлення в Україні. Сучасні проблеми економіки і підприємництво. 2018. URL : http://sb-keip.kpi.ua/article/view/118669 (Дата звернення: 30.09.2019)

3. Гулевська-Черниш А. Соціальне підприємництво: європейський зліт vs український реалізм. ZN.UA. URL : dt.ua/SOCIUM/socialne-pidpriyemnictvo-yevropeyskiy-zlit-vs-ukrayinskiy-realizm-272250_.html (Дата звернення 01.10.2019)

УДК 331.330.341.1

Ткачук Г.Ю., к.е.н., доц.
Назарківська А.О., магістрант, гр. ЗПВ-18, ФБСО
Державний університет «Житомирська політехніка»

НАПРЯМКИ ПОЛІПШЕНЯ ЗБУТОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДРИЄМСТВ

Розробка збутової політики має на меті визначення оптимальних напрямів та засобів, необхідних для забезпечення найбільшої ефективності процесу реалізації товару, що передбачає обґрунтований

вибір організаційних форм та методів збутової діяльності, які зорієнтовані на досягнення поставлених кінцевих результатів. Завдяки науково обґрунтованій політиці збуту і оптимізованим збутовим процесам можна отримати конкурентні переваги у формі скорочення витрат на збут. Мінливість конкурентного середовища та посилення ризиків невизначеності в Україні та світі в цілому загострили проблеми, пов'язані зі збутовою діяльністю підприємств різних видів економічної діяльності. Це у свою чергу актуалізувало доцільність проведення наукових досліджень, спрямованих на пошук нових, оптимальних підходів до формування збутової діяльності підприємств.

Збут являє собою специфічну фазу процесу відтворення і в умовах розширеного товарного виробництва набуває самостійної форми й розглядається як підсистема економічних відносин.

Збутова діяльність підприємств включає формування й забезпечення ринкового попиту, адекватного платоспроможності споживачів, прибутковості й ринкової стійкості підприємств шляхом збереження/розширення частки ринку та досягнення конкурентних переваг. Виробничо-комерційна діяльність значною мірою базується на ефективності збуту продукції та товарів.

Визначальні принципи формування ефективної збутової політики підприємств базуються на економічних, політико-правових, ринкових, інноваційних та соціально-культурних чинниках і включає кооперування, узгодження цілей та дій учасників збутового каналу, чітке визначення і виконання ними функцій[2, с. 268].

Ефективність збутової політики характеризується якістю розроблених і реалізованих заходів, що спрямовують збутову діяльність на забезпечення ефекту, а збутової діяльності - співвідношенням отриманих результатів до витрат на їх досягнення.

Сьогоднішня економіка, що динамічно розвивається, призводить до того, що фірми і організації вимушені постійно еволюціонувати, щоб не залишитися за бортом прогресу і бізнесу. Насичення абсолютно всіх ринків товарами такою мірою, що компаніям доводиться буквально битися за покупців, приводить до розуміння виняткової ролі збуту в діяльності фірми. В таких умовах головна задача будь-якого підприємства – ідеальним чином сумістити бажання клієнтів і власні виробничі можливості.

Торговельні підприємства формують свою стратегію з урахуванням наявних на ринку товарів без можливості змінити їх якісні, цінові та іміджеві установки, а отже при визначенні асортименту продукції організація повинна дотримуватися наступних основних правил.

– не вкладати кошти тільки в один вид товару;
– вкладати кошти в товари, зміна цін або прибутковості яких

слабо взаємопов'язані між собою (мають низький рівень кореляції);

– вкладати кошти в товари, які мають відносно мінімальний власний рівень ризику.

Должанський І.З. та В.М. Лозюк визначають такі основні способи диверсифікації товарного портфеля [3, с.215–218]:

– комбінування товарних пропозицій шляхом придбання продукції різних виробників;

– купівля різних продуктів у рамках категорії, наприклад, різних видів великої побутової техніки;

– включення в асортимент товарів із суміжних або супутніх категорій, надання додаткових платних послуг тощо;

– включення в асортимент товарів з різних географічних районів (країн);

– пропозиція на ринок товарного асортименту виробників з сильно диверсифікованими власними асортиментними портфелями або з високим ступенем диверсифікації виробництва і т.п.

Заходи які можна запропонувати для удосконалення збутової діяльності:

1. Удосконалення системи планування збуту. Нерідко на підприємствах бувають відхилення від темпів продажу. Для скасування цих недоліків треба визначити частку ринку, зробити прогнозування обсягу реалізуємого товару та точно визначити стратегію підприємства.

2. Покращення кадрового забезпечення. Підприємству потрібно розробити стандарти ефективної праці менеджерів зі збуту. Доречно буде підвищення кваліфікації, корпоративні тренінги, щорічні екзаменаційні атестації за фаховою діяльністю працівників підприємства[1, с. 12-14].

3. Удосконалення системи організації збутової діяльності. Підприємству не завадить використовувати методи продажу через мережу Інтернет у своїй діяльності, мати свій сайт, де в наявності буде повний асортимент продукції та можливість замовлення у режимі он-лайн.

4. Удосконалення якості продукції. Кожне підприємство повинно мати за головну мету максимальне задоволення потреб споживачів. Звісно, що споживач потребує якісної продукції, яка не зашкодить його здоров'ю. Саме тому, продукція, яка надходить від товаровиробника повинна бути екологічно чистою (наприклад, меблі з натуральної деревини, їжа без додавання хімічних підсилювачів смаку, ГМО тощо) і доброякісною.

5. Територіальне обмеження збутової діяльності. Підприємству доцільно охоплювати межі того міста, де воно працює. Якщо йому вистачає потужності і всі споживачі території, яку охоплює це підприємство, задоволені у своїх потребах, то збутова діяльність може

бути поширена на область або декілька прилеглих областей. Завдяки цьому підприємство мінімізує питомі витрати, зможе варіювати ціновою політикою продукції, а конкуренти змушені будуть покинути це середовище[4, с. 232].

Втілення у практику збутової діяльності запропонованих заходів удосконалення сприятиме підвищенню прибутковості підприємства, його ефективності в цілому й досягнення сталого розвитку локального суспільства та суб'єкта господарювання, що є проблемою третього тисячоліття.

Література:

1. Бірдус Л. В. Управління персоналом вищого рівня: стратегія та прогнозування./ Л.В. Бідус// АгроСвіт. – 2015. – № 21. – С. 12–14.
2. Болт Г. Дж. Практическое руководство по управлению сбытом / Г. Дж. Болт. – М. : МТ-Пресс, 2001. – 268 с.
3. Митрохіна Ю. П. Ключові фактори успіху підприємства в області збуту / Ю. П. Митрохіна // Актуальні проблеми економічного та соціального розвитку виробничої сфери: міжнар. наук.-практ. конф., 5-6 червня 2008 р. : тези доп. – Донецьк : ДВНЗ "Донецький національний технічний університет", 2008. – Т. 2. – С. 215–218.
4. Орлов П.А. Збутова діяльність промислових підприємств: теорія та напрямки розвитку. Монографія/ П.А. Орлов, Г.О. Холодний, М.А. Борисенко, Т.І. Притиченко, Н.І. Алдохіна, В.І. Рожко, В.Г. Щербак, В.Ю. Мавріду Харків: Вид. ХНЕУ, 2008. 232 с.

УДК 339.542

Тошматова Р.К., ассистент
кафедры менеджмента
Таджикский государственный университет
права бизнеса и политики

УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Пространство, по мере развития, постепенно наполняется различными объектами - населенными пунктами, промышленными предприятиями, транспортными и инженерными сооружениями, усиливаются связи между ними. Насыщение пространства взаимосвязанными объектами разного рода и углубление их взаимодействия обусловлено объективными факторами - природными, технологическими, экономическими, социальными, среди которых

определяющими являются экономические факторы. На определенном этапе формирования такого пространства появляются предпосылки и возможности его управления.

Пространство, о котором дальше пойдет речь - то пространство первого уровня, складывающееся из различных территорий, функционирующих в едином национальном организме, которые обладают разной пространственной активностью и степенью доступности.

Пространство, в котором протекает жизнь и деятельность экономического агента[22], в том числе человека, широко и многообразно, но имеет определенные, хотя и не всегда четко зафиксированные пределы, наиболее значимыми из которых можно назвать:

-*физические,* как границы возможностей организма человека, определяющие условия комфортного проживания личности;

-*социальные и правовые,* устанавливаемые принятыми в институциональной среде законами, нормами и правилами поведения;

- *религиозные,* регулируемые внутренними убеждениями личности или установленные вполне сознательно извне, Создателем миров посредством священных книг;

- *административные,* устанавливаемые в целях регулирования действий субъектов, отношений при выполнении хозяйственно-производственных функций;

- *экономические,* как доступные (как естественные, так и приобретенные) фиксированию количества материальных ценностей; и другие [5].

Использование пространства можно зафиксировать также в следующих действиях агентов:

во-первых, по преобразованию ресурсов в конкретные ценности, обладающие желательными и определенными свойствами, что обуславливает необходимость определиться в их измерении и оценках;

во-вторых, положительных характеристик результатов деятельности, приобретаемых человеком: производства товарной продукции, получения дохода, изготовления изделий, оказания услуг;

---

[22] Далее под экономическим агентом в работе подразумеваются домохозяйства, фирмы, правительства и иностранный сектор в совокупности или в отдельности.

в-третьих, просто ради познания окружающей среды с целью отдыха и туризма;

в-четвертых, отрицательных последствий воздействия агентов на природу, наносимого вреда территории и обществу: потерь, ущерба, упущенной выгоды.

Экономическое пространство является *системой* и имеет уникальную структуру. Она отражает определенные взаимосвязи, взаиморасположение составных частей системы, ее устройство. Структурные связи обладают относительной независимостью от элементов и могут выступать как инвариант перехода от одной системы к другой, перенося закономерности, выявленные и отраженные в структуре одной из них, на другие. Экономические системы могут быть представлены разными структурами и зависимости от стадии познания объектов или процессов, от аспекта их рассмотрения, цели создания.

В совокупности все они путем взаимосвязи и взаимодействия способствуют формированию экономического пространства. Главным условием в формировании экономического пространства считаем неизменно функционирующие его элементы.

Таким образом, элементы экономического пространства можно рассматривать в двух аспектах: первый - материальные (конкретные) объекты и второй - нематериальные (абстрактные). К первому относятся: домохозяйства и населенные пункты, природно-ландшафтные и накопленные национальные богатства в виде архитектуры, производственные и жилищные здания, институты, хозяйствующие субъекты, ресурсы, инфраструктура, рынки, рекреационные зоны и др. Ко второму: экономическое время, экономическая конкуренция, связи, институциональная среда и социально-экономические процессы.

На вопросы как они (элементы) появились в пространстве, и что их активизирует, и как они функционируют, ищем ответы в следующих разделах. Наша задача сейчас состоит в том, чтобы по мере возможности придать бесчисленному множеству различных основных элементов временные и пространственные характеристики.

Другими словами, социально-экономический процесс представляет собой совокупное отношение агентов и институтов между собой, направленные на удовлетворение потребностей и обеспечение их интересов, носящий характер непрерывности и последовательности действий [1]. В табл. 1 представлены свойства и характеристики социально-экономических процессов, наблюдаемые в экономическом пространстве.

Свойства и характеристики социально-экономических процессов

Свойства	**По степени управляемости**	**Направленность распространения**	**Масштаб влияния**
Многомерность	Стихийные	Внутриэкономические	Макроэкономи-ческие
Динамизм	Управляемые	Внешнеэкономические	Региональные
Неравномерность		Линейные	Локальные
Многовекторность		Нелинейные	

Процессы, протекающие в обществе, подразделяются на два основных типа:

- *естественные* - осуществляются человеком при его взаимодействии с природой при помощи факторов производства

для создания материальных или интеллектуальных продуктов;

- *общественные* процессы, которые возникают во взаимо-отношениях людей, связанных с производством и или распределением и потреблением продуктов (произведенных посредством естественных процессов).

Экономическое время. Поскольку состояние всей планеты зависит от времени, то и состояние экономического пространства тоже может зависеть от времени, как обычно и происходит. Все физические явления делят на две группы:

• стационарные - явления, основные характеристики которых не меняются со временем. Фазовый портрет стационарного явления описывается неподвижной точкой;

• нестационарные - явления, для которых зависимость от времени принципиально важна. Фазовый портрет нестационарного явления описывается движущейся по некоторой траектории точкой.

Они, в свою очередь, делятся на: периодические - если в явлении наблюдается чёткая периодичность (фазовый портрет - замкнутая кривая); квазипериодические - если они не являются в строгом смысле периодическими, но в малом масштабе выглядят как периодические (фазовый портрет - почти замкнутая кривая); хаотические - апериодические явления (фазовый портрет - незамкнутая кривая, заметающая некоторую площадь более или менее равномерно); квазистационарные - явления, которые, строго говоря, нестационарные, но характерный масштабу их эволюции много больше тех времён, которые интересуют в задаче [2].

Нас в данном исследовании интересует время, которое тратят агенты в пространстве в разные периоды и в отдельных географических точках планеты. Разделяя мнение автора [1], вводим понятие «экономическое время».

Это означает, что за одно и тоже время (астрономическую единицу) в любой географической точке страны можно выполнить получить

работы услуги одинакового количества и качества. Следовательно, экономическое время - это продолжительность взаимодействия между социально-экономическими процессами по достижению возможного результата этих процессов у агентов в конкретном пространстве.

Таким образом, **экономическое пространство** - это сфера, охватывающая геоторию, акваторию вместе с аэроторией, совпадающая с административной границей институциональной среды и на которой организовываются, уже протекают или же будут протекать социально-экономические процессы и связи агентов. В дальнейшем мы должны придерживается исключительно данного определения при исследовании вопросов формирования и развития экономического пространства, оценки его качества и толкования категории единого и общего экономического пространства, их характеристик, сходств и различий.

Список литературы:

1.Бияков О.А. Теория экономического пространства: методологический и региональный аспекты. Изд-во Томского университета, 2004 г.

2.Вардомский Л.Б. Российское экономическое пространство: вопросы единства в условиях глобализации. Научный доклад. М. 2006.

3.Василенко Н.В. Институциональная среда организаций: характеристики и уровни регулирования / / Проблемы современной экономики, -2008. -№ 3.

4.Гутман Г.В. Управление региональной экономикой / Г.В. Гутман, А.А. Мироедов, С.Ф. Федин. - М.: Финансы и статистика, 2002.

5.Урунов А.А. Единое экономическое пространство: Москва Изд-во «СИНЕРГИЯ», 2012 г.

УДК 006.86:658.818

Филипенко О.М., к.е.н., професор кафедри економіки та управління
Колєснік Т.С., к.е.н., доцент кафедри економіки та управління
Харківський державний університет харчування та торгівлі

ВИМІРЮВАННЯ СПОЖИВЧОЇ ЛОЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ускладнення характеру діяльності торговельних підприємств у сучасних умовах обумовлює нові вимоги до інструментів управління. Можливість виживання підприємства в умовах постійної конкурентної боротьби залежить від його конкурентоспроможності. Одним із найбільш важливих інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємств торгівлі виступають сучасні управлінські технології, орієнтовані на досягнення лояльності клієнтів та управління взаємодією з ними, зокрема, технології утримання споживачів [1].

Загострення конкурентної боротьби, поступове вичерпання джерела збільшення оборотності активів за рахунок залучення потенційних клієнтів спонукали менеджмент провідних підприємств до активізації пошуку альтернатив у розв'язанні цього завдання. Саме тому стратегічним завданням для більшості підприємств у XXI ст. є налагодження довгострокових відносин зі споживачами, що потребує від них створення інтегрованої системи управління взаєминами із клієнтами, Це система управління взаєминами із клієнтами, рівнем їх задоволеності і, як результат, їх лояльністю до підприємства [1].

На основі критичного аналізу вітчизняних і зарубіжних розробок із теорії клієнтоорієнтованого управління було визначено, що лояльність споживача – це результат тривалого періоду його задоволеності. Лояльність є основним показником рівня взаємодії споживача й торговельного підприємства, причому можна виділити два її аспекти: поведінковий [2, 3] і сприйманий [2; 4]. І поведінкова, і сприймана лояльність містять у собі ряд компонентів, які можуть бути використані для виміру лояльності. Розгляд лояльності тільки в одному ракурсі веде до виникнення проблем її формування або виміру, тому третій підхід визначає лояльність сполученням поведінкових і сприйманих характеристик (комплексна лояльність) [5].

Ґрунтуючись на визначених аспектах лояльності, можна виділити її складові, які можуть бути використані як індикатори лояльності.

Найбільш простими для виміру є компоненти поведінкової лояльності, їх значення можна отримати з бази даних про споживачів. Індикаторами є перехресний продаж, збільшення кількості покупок, повторні покупки, підтримка споживачем досягнутого рівня взаємодії з компанією. Складові сприйманої лояльності розрахувати складніше, оскільки потрібно виміряти емоційні аспекти, пов'язані з думками споживачів. Індикаторами є поінформованість, задоволеність.

Для оцінки лояльності необхідно порівняти її поведінкові та сприймані параметри. Залежно від рівня поведінкової й сприйманої лояльності можна виділити різні типи лояльності [6].

Щира лояльність (абсолютна) – це ситуація, за якої високому рівню поведінкової лояльності споживачів відповідає високий рівень сприйманої лояльності. Вана є найбільш сприятливою для підприємства. Латентна лояльність (прихована) означає, що високий рівень сприйманої лояльності не підкріплюється поведінкою споживача. Помилкова лояльність має місце в тому разі, якщо поведінковій лояльності відповідає низький рівень сприйманої лояльності, тобто покупець не вдоволений підприємством, однак робить у ньому покупки. Відсутність лояльності означає, що покупець не задоволений підприємством і не відвідує його.

Максимальні можливості для утримання надає абсолютна лояльність, трохи менші – прихована лояльність, обмежені можливості утримання у разі помилкової лояльності, їх майже немає за відсутності лояльності.

Найбільш значний внесок у формування лояльності робить задоволеність споживачів, причому для утримання споживачів необхідне досягнення максимального рівня задоволеності. Проте для визначення можливостей підвищення лояльності споживачів потрібно оцінити сполучення рівня як сприйманої, так і поведінкової лояльності.

З урахуванням результатів аналізу існуючих підходів до оцінки лояльності [3; 7; 8] можна зробити висновок про те, що кращим інструментом оцінки задоволеності є анкета, розроблена відповідно до процедури оцінки задоволеності, запропонованої Ламбеном Ж. В основній частині містяться питання з задоволеності якістю ключових вигід, якістю процесу й сприйманою цінністю, питання з важливості окремих параметрів, а також додаткові індикатори задоволеності. Параметри ключових вигід, обслуговування й сприйманої цінності необхідно визначати з урахуванням специфіки бізнесу, краще – з урахуванням специфіки конкретного підприємства, останнє особливо стосується визначення ключових вигід. Втім, для оцінки якості процесу прийнятна адаптація SERVQUAL. Під час конструювання основних

питань необхідно використовувати порядкову шкалу, під час розробки контрольних, залежно від характеру індикаторів, номінальну та порядкову шкали.

З урахуванням проведеного аналізу існуючих методик оцінки лояльності ми пропонуємо лояльність споживачів торговельного підприємства вимірювати за допомогою методики, що заснована на моделі розвитку лояльності та моделі реалізації очікувань та складається з такої послідовності етапів [1]: визначення рівня задоволеності споживачів; визначення рівня лояльності споживачів; оцінка якості розробленої анкети; перевірка коректності моделі розвитку лояльності; перевірка моделі реалізації очікувань споживачів.

Запропонований методичний інструментарій можна використовувати не тільки для оцінки лояльності клієнтів, але й для аналізу ситуації на підприємстві та підвищення споживчої лояльності.

Список літератури

1. Филипенко О.М., Споживча лояльність: вимірювання та управління / О.М. Филипенко, О.Д. Рачкован, К.В. Петленко // Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг: зб. наук. пр. – Харків : ХДУХТ, 2019. – Вип. 1(29). – 76-86.

2. Котлер Ф. Маркетинг 3.0. От продуктов к потребителям и далее – к человеческой душе : [пер. с англ.] / Ф. Котлер, А. Сетиван, Х. Караджайя. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2012. – 240 с.

3. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива: [Пер. с фр.] / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб. : Наука, 2006. – 589 с.

4. Hallowell, R. (1996), «The relationship of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study», *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 7, No. 4, pp. 27-42.

5. Javalgi, R.G., Moberg, C.R. (1997), «Service loyalty: implications for service providers» *Journal of Services Marketing*, Vol. 11, No. 3, pp. 165-179.

6. Pringle, D., Thompson, M (2001), *Brand Spirit: How Cause-Related Marketing Builds Brands*, John Wiley and Sons, Chichester, UK, 306 p.

7. Парасураман А. Концептульная модель качества сервиса и ее значение для будущих исследований [Электронный ресурс] / А. Парасураман, В. Зайтамл, Л. Берри // Классика маркетинга / сост. Б. М. Энис, К. Т. Кокс, М. П. Москва. – СПб. : Питер, 2001. – С. 508–526.

8. Lee, H., Lee, Y., Yoo, D. (2000), «The determinants of perceived service quality and its relationship with satisfaction», *Journal of Services Marketing*, Vol. 14, No. 3, pp. 217-231.

УДК 33.338.2

Филиппова Т.В., м.э.н.,
ассистент кафедры менеджмента
Марчук А.В., студент
Брестский государственный технический университет, г. Брест, Беларусь

ПРОБЛЕМЫ ПРЕДПРИЯТИЯ, ВЫЗВАННЫЕ СКЛАДИРОВАНИЕМ ПРОДУКЦИИ

Рыночная система хозяйствования требует от предприятий постоянного повышения уровня своей конкурентоспособности на международном уровне. Процесс формирования, а в последующем и реализации стратегии повышения конкурентной позиции предприятия на рынке имеет на данный момент решающее значение, поскольку рост компаний во всем мире замедлился, а поведение конкурентов на рынке говорит о том, что динамика конкуренции стала более острой.

Основной проблемой отечественным предприятий является наличие значительного объема складских запасов готовой продукции, вызванное снижением конкурентоспособности продукции на международном уровне. На данный момент этой проблеме уделено большое внимание, что подтверждает ее значимость.

На мой взгляд, самой важной проблемой является наличие больших складских запасов готовой продукции, которое оказывает большое влияние на производственные результаты и финансовое состояние предприятия и промышленности страны в целом. Также данная проблема окажет влияние на социальную стабильность и, как вытекающее из этого, на благосостояние и доходы населения, так как предприятия будут брать кредиты на выплату заработной платы работникам и простаивать.

Процесс складирования заключается в размещении и укладке груза на хранение. Основной принцип рационального складирования — эффективное использование объема зоны хранения. Предпосылкой этого является оптимальный выбор системы складирования и в первую очередь складского оборудования. Оборудование под хранение должно отвечать специфическим особенностям груза и обеспечивать максимальное использование высоты и площади склада. При этом пространство под рабочие проходы должно быть минимальным, но с учетом нормальных условий работы подъемно-транспортных машин и механизмов. Для упорядоченного хранения груза и его экономичного размещения используют систему адресного хранения по принципу

твердого (фиксированного) или свободного (груз размещается на любом свободном месте) выбора места складирования.

Высокие складские запасы являются частой проблемой отечественного реального сектора, которая обострилась в период спада спроса на основных рынках сбыта. Так запасы готовой продукции на складах промышленных предприятий за 2016 г. увеличились на 24,5 млн. рублей и составили 3,5 млрд. рублей, за 2017 – на 23,1 млн. руб, а за 2018 – на 23,2 млн. руб. Можно заметить, что складирование готовой продукции имеет отрицательную тенденцию. Соотношение запасов готовой промышленной продукции и среднемесячного объема промышленного производства в январе-июле 2019 г. составило 65,4% против 73,8 % запасов в январе-июле 2018 г.

Стоит отметить, что наибольший размер запасов готовой продукции наблюдался в производстве текстильных изделий, одежды, изделий из кожи и меха. Так, здесь данный показатель в 2,8 раза превышает среднемесячный объем производства. Достаточно высокий уровень складских запасов приходится на производство транспортных средств и оборудования (в 2,2 раза), машин и оборудования, а также производство изделий, не включенных в другие группировки (в 2,1 раза).

За январь-июль 2019 года валовой внутренний продукт Беларуси увеличился и составил 72489 млн. рублей, или в сопоставимых ценах 101,3% к уровню января-июня прошлого года. За январь-июль 2019 года объем промышленного производства увеличился на 1,1%, а инвестиции в основной капитал - на 4,9%. В свою очередь производительность труда по ВВП упала на 0,7 %, хотя согласно годовому прогнозу должна вырасти на 1,5–2 % .

На потребительском рынке продолжается снижение спроса на товары и услуги в связи с уменьшением денежных доходов домашних хозяйств. Объем розничного товарооборота в январе-июле 2019 г. составил 27 708,6 млн. руб., к уровню января-июля 2018 г. увеличился на 5,2% , а оптовый товарооборот снизился на 3,6%. Внешнеторговое сальдо товарами и услугами в январе-июне 2019 г. сложилось положительным в размере 309,8 млн. долларов США.

Также наблюдалось уменьшение объема экспорта на 2,8%. Так, экспорт в ЕС сократился на 26,6% до 589,9 млн. долларов, импорт — на 13,7% до 286,2 млн. долларов.

Все вышеописанное говорит о том, что наличие проблемы запасов готовой продукции на складах свидетельствует о снижающемся спросе на отечественную продукцию, а значит, о проблеме со сбытом товаров, как в рамках нашей страны, так и за ее пределами. Это связано с тем, что в первую очередь на образование запасов готовой продукции влияет

снижение конкурентоспособности продукции, что и приводит к снижению заинтересованности в приобретении товаров отечественного производства.

В общем, данная ситуация является результатом многих накопившихся проблем, как в экономике предприятий, так и экономики в целом. К таким проблемам можно отнести постепенно снижающуюся конкурентоспособность продукции, высокую себестоимость продукции вследствие использования устаревших технологий и устаревшего оборудования, слабую инновационную активность, негибкость производства, низкую диверсификацию рынков сбыта и др.

Постоянное повышение инновационного потенциала, модернизация производства, внедрение новых и улучшение существующих технологий, корректировка каналов сбыта продукции и повышение качества продукции позволят отечественным предприятиям приобрести больше конкурентных преимуществ на мировом рынке.

Используемая литература

1. Аналитическое обозрение «Основные тенденции в экономике и денежно-кредитной сфере Республики Беларусь» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL https://www.nbrb.by/publications/EcTendencies/rep_2018_07_ot.pdf. — Дата доступа: 11.09.2019.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. URL: http://www.belstat.gov.by – Дата доступа: 10.09.2019.

УДК 334.7: 330.56

Филиппова Т.В., м.э.н.,
ассистент кафедры менеджмента
Хурсин Д. А., студент
Микитюк П. В., студент
Брестский государственный технический университет, г. Брест, Беларусь

ДОХОДЫ И РАСХОДЫ ПРЕДПРИЯТИЯ

При анализе финансовой деятельности предприятия большее внимание уделяется рассмотрению структуры получаемых доходов, а также динамику формирования прибыли. Это связано с тем, что прибыль является основным оценочным показателем деятельности

фирмы, а также является источником поступления доходов в бюджет государства, через систему налогообложения.

Важнейшим фактором, влияющим на сумму всех видов прибыли предприятия, является размер доходов, формируемых им в процессе деятельности. Однако вся хозяйственная жизнь предприятия складывается не только из размера доходов, но и из расходов.

Доходы и расходы — это те факты хозяйственной жизни, которые с экономической, юридической и бухгалтерской точек зрения изменяют финансовый результат хозяйственной деятельности предприятия.

В экономической литературе доходы характеризуются как средства в денежной или натуральной форме, получаемые экономическими объектами в результате их экономической деятельности, а доходы организации как денежные средства, полученные им в результате экономической деятельности за определенный период (день, неделю, месяц, год).

Доходы организации в зависимости от их характера, условия получения и направления деятельности подразделяются на:

Доходы от обычных видов деятельности:

- выручка от продажи товаров
- поступления от выполнения работ, оказания услуг
- дебиторская задолженность
- арендная плата
- лицензионные платежи

Прочие доходы:

- прибыль от совместной деятельности;
- поступления от продажи активов;
- кредиторская задолженность, по которой истек срок исковой давности;
- активы, полученные безвозмездно;
- полученные дивиденды, проценты;
- полученные штрафы, неустойки за нарушение договоров;
- курсовые разницы.

Величина доходов зависит в основном от объема реализованной продукции, выполненных работ, оказанных услуг, цен на них и дебиторской задолженности. Доходы зависят также от финансовой дисциплины покупателей продукции и потребителей работ и услуг. Чем выше доля дебиторской задолженности в составе доходов, тем меньшими финансовыми ресурсами располагает организация. Это создает угрозу возобновляемости производственного процесса вследствие несвоевременности исполнения обязательств перед персоналом, государством и поставщиками.

Доходы признаются при следующих условиях:

- организация имеет право на получение этой выручки, вытекающее из конкретного договора или подтвержденное иным соответствующим образом;

- сумма выручки может быть определена;

- имеется уверенность в увеличении экономических выгод в результате конкретной операции;

- право собственности (владения, пользования, распоряжения) на продукцию перешло к покупателю или работа принята заказчиком;

- расходы, которые произведены или будут произведены в связи с этой операцией, могут быть определены.

Не признаются доходами организации поступления от других юридических и физических лиц:

• сумм НДС, акцизов, налога с продаж, экспортных пошлин и иных аналогичных обязательных платежей;

• по договорам комиссии, агентским и иным аналогичным договорам в пользу комитента, принципала и т.п.;

• в порядке предварительной оплаты продукции, товаров, услуг;

• авансов в счет оплаты продукции, товаров, работ, услуг;

• в погашение кредита, займа, предоставленного заемщику.

В настоящий момент в Республике Беларусь установлены следующие ставки налога на добавленную стоимость:

- 20 % - общая ставка при реализации товаров, работ, услуг, имущественных прав и при их экспорте;

Однако может применяться ставка 0% - при экспорте за пределы Республики Беларусь товаров и услуг*.

- 10% - при реализации, произведенной в РБ продукции растениеводства, животноводства, рыбоводства и пчеловодства;
- 10% - при ввозе в Республику продовольственных товаров и товаров для детей из утвержденного Президентом перечня;
- 9,09% или 16,67% - от продажи товаров по регулируемым розничным ценам с учетом НДС;
- 0,5% - при ввозе в Беларусь из государств - членов Таможенного союза алмазов и других драгоценных камней для производственных нужд;

При анализе доходов предприятия различают: 1) валовой доход как выручку от реализации всей произведенной продукции; 2) средний доход как доход и расчете на единицу реализованной продукции; 3) предельный доход как приращение валового дохода от продажи дополнительной единицы продукции.

Различение валовых и предельных доходов объясняет содержание

понятия «закона убывающей доходности». Его суть состоит в том, что дополнительно увеличиваемые затраты на один из факторов производства при неизменных количествах других факторов производства ведут к уменьшению объемов дополнительно производимой продукции и, следовательно, — валового дохода.

Таким образом, в общем аспекте доходы делят на доходы от обычных видов деятельности и прочие поступления. Доходами от обычных видов деятельности является выручка от продажи продукции, поступления, связанные с выполнением работ, оказанием услуг.

Расходы организации - это уменьшение экономических выгод в результате выбытия активов (денежных средств, иного имущества) и (или) возникновения обязательств, приводящее к уменьшению капитала этой организации.

По экономическому содержанию расходы организации делятся на материальные, трудовые и денежные. Материальные расходы связаны с ресурсным обеспечением финансово-хозяйственной деятельности организации и включают в себя стоимость приобретенного сырья, основных и вспомогательных материалов, топлива и электроэнергии, услуг сторонних организаций. Трудовые расходы направляются на оплату труда персонала организации. Денежные расходы представляют отток денежных средств. Это уплата налогов и обслуживание денежного оборота организации.

В зависимости от объемов производства расходы организаций делятся на постоянные и переменные. Постоянные расходы не зависят от объема производства. К ним относятся некоторые виды налогов, амортизационные отчисления, оплата охраны, арендная плата, заработная плата управленческого персонала и т.д. Переменные расходы изменяются пропорционально объему выпускаемой продукции, работ, услуг. К переменным расходам, как правило, относятся материальные затраты, заработная плата основных производственных рабочих.

В зависимости от способов распределения затрат между видами продукции расходы подразделяются на прямые и косвенные. Под прямыми расходами понимаются расходы, связанные с производством отдельных видов продукции, которые могут быть прямо и непосредственно включены в себестоимость продукции. К косвенным относятся общепроизводственные и общехозяйственные расходы, услуги вспомогательного производства и другие. Косвенные расходы, так же, как и прямые, относятся на себестоимость продукции путем распределения между отдельными видами продукции, работ, услуг.

Выбор классификации расходов зависит от области принятия

управленческих решений. Например, выделение постоянных и единовременных расходов используется в процессе управления денежными потоками. Значения постоянных и переменных расходов используются для прогнозирования прибыли при уменьшении объемов реализации. Соотношение основных и накладных расходов характеризует инфраструктуру бизнеса. Статьи затрат позволяют охватить все стороны финансово-хозяйственной деятельности организации, а агрегированные показатели повышают оперативность бухгалтерской отчетности.

Главным регулятором бухгалтерской отчетности в РБ является Закон Республики Беларусь №57-З «О бухгалтерском учете и отчетности» от 12 июля 2013 года. Этот закон не содержит, в понятиях и терминах, принципиальных отличий от тех, что используются в других странах. Более того, Беларусь принимает международные стандарты отчетности и стремится привести существующую систему бухучета к общепринятым образцам.

Используемая литература

1. Словарь терминов «Государственный бюджет Республики Беларусь» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL https://myfin.by/wiki/term/gosudarstvennyj-byudzhet-respubliki-belarus— Дата доступа: 28.10.2019.

2. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: URL: http://www.belstat.gov.by – Дата доступа: 28.10.2019.

СЕКЦІЯ 6

Проблеми теорії та практики бухгалтерського обліку, контролю і аналізу

UDC 330

Barakaev O.O., Independent researcher,
Tashkent institute Finance,
Tashkent city, Republic of Uzbekistan

INFLUENCE OF EXTERNAL AUDIT AND AUDIT COMMITTEE ON ENTERPRISE EFFICIENCY IN CORPORATE GOVERNANCE SYSTEM

In the context of the globalization of the economy, the development and liberalization of the economy of our country are clearly defined in the decree of the President of the Republic of Uzbekistan Sh. Mirziyoyev "On measures to introduce modern methods of corporate governance in joint-stock companies", and this is the main criterion and a roadmap for achieving these goals. In this decree and the decree of the President " On measures to introduce modern methods of corporate governance in joint stock companies"-the stated goals and objectives for the wide attraction of foreign direct investment, radical hanging the effectiveness of joint stock companies, ensuring their openness and attractiveness to potential investors, the introduction of modern corporate governance methods, creating favorable conditions for strengthening the role of shareholders in the strategic management of enterprises, emphasizes the importance of the audit and audit reports in modern corporate governance in the intensive development of our economy.

Foreign experience shows that a number of financial failures and crises over the past two decades have attracted the attention of the whole world. Examples are the major crises of Enron , Worldcom , Thyso , Parliament, and many others. Due to lack of management skills, prevention and lack of proper control measures, many projects with billions of orders were canceled. As a result of these financial setbacks and crises, investor confidence in financial reporting and management reporting has declined significantly.

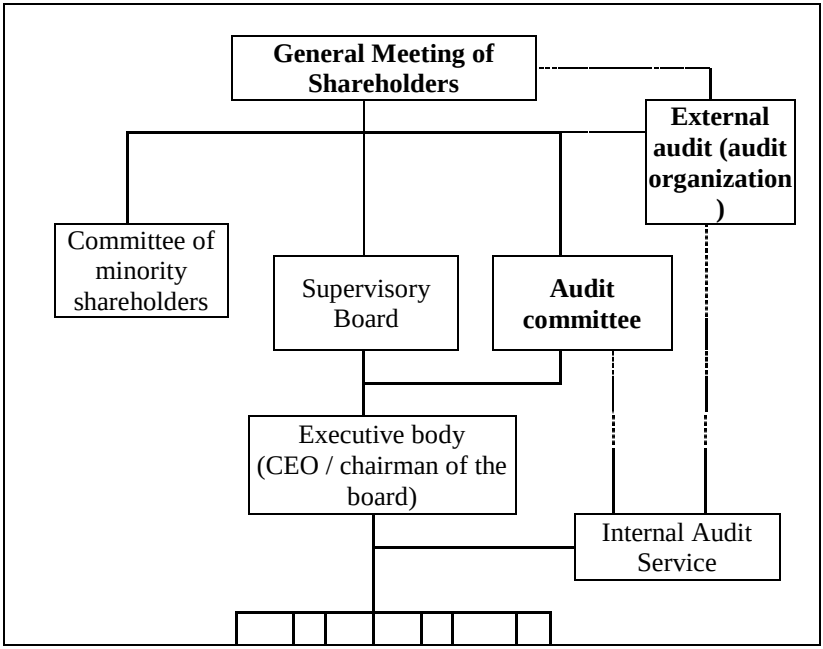
The key role of corporate governance is to restore confidence in the market. Restoring investor confidence in financial markets is not easy. For this, it is important to establish clear criteria for the effective management and management of enterprises operating in the interests of shareholders, and to achieve results that meet the requirements of corporate governance. This is due to the fact that the **theory of agent relations** in the modern economy stems from the fact that management (agents) do not always meet the interests of owners who are not involved, and that shareholders demand protection of their property. To solve this problem, the Supervisory Board performs a supervisory function, which includes monitoring the executive branch and directors and internal control over financial statements. In a number of

contractual relations with information asymmetry, there is a need for the independence of supervisory boards, which are control and monitoring mechanisms, effective audit committees and investments in external audit. Thus, it is obvious that the role of external audit, internal audit and the audit committee in the effective organization of corporate governance is one of the main factors of the modern economy.

In the modern corporate governance system in Uzbekistan, we propose a structure that demonstrates the importance, role and relevance of audit, including internal audit, audit committee and external audit, as follows. (*Structure 1)*

The structure reflecting the role of audit in the corporate governance system

Structure 1[23]



In the regression model, we used the correlation between the audit effect to the enterprise efficiency (AEEE) variables and the independent factors (Supervisory Board, Audit Committee, Company Size, type of Audit organization and report, and Company Profit).

[23] The structure proposed by the author

AEEE= β0 + β1 (SBs) + β2 (ACEXIST)+ β3(EXAUDIT) + β4 (INAUDIT) + β5 (SIZE) + β6 (AUDTYPE) + β7 (PROFIT) + ε

In order to fulfill its obligations to shareholders, the Supervisory Board must provide relevant and reliable information. Reliability refers to the degree of accuracy of the information contained in the financial statements, which gives an objective view of the financial position and financial performance of an entrepreneur. The Auditor (external) will assist the Board in achieving this goal. There should be an open and transparent dialogue between the auditors and the board and strictly adhering to the principle of honesty with regard to their duties.

Communication of the auditors (external) should be open to the Supervisory Board and the Audit Committee.

An effective audit committee is an important part of an effective corporate governance system: the audit committee and the auditors must communicate regularly with (independent) management and other members of the board. The Audit Committee has always played a key role in corporate governance. While the new body is to be set up as an audit committee, the most significant change today is the responsibility of the audit committee to appoint an external auditor, which is currently being implemented by the Supervisory Board. This means, for the first time, that the committee has the ability to assess the performance of the current auditor and the quality of the audit, as well as the criteria for selecting them in future trends. An audit is conducted by examining the role of the supervisory boards and external, internal and audit committees to determine parameters that are not recommended by the Corporate Governance Code of Uzbekistan. In addition, the results of the work of the audit committee, as well as taking into account the experience of other employees, such as legal experience and business, are important topics for future research. The presence of legal experts in the Audit Committee may lead to greater interest in exemption from litigation related to financial reporting fraud, that is, in exemption from legal liability risk. Future studies suggest that in addition to the above aspects, the impact of the audit report on corporate governance is proposed.

List of used literature:

1. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan “On Measures for the Further Development of Audit Activities in the Republic of Uzbekistan” No. PP-3946, 2018, September 19.

2. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan “On measures to introduce modern corporate governance methods in joint-stock companies ” No. PP-4720, 2015. April 20.

3. Arens , A., Elder, R. & Beasley, M. (2012), Auditing and Assurance Services, 14th ed., Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ;

4. Cohen, JR, Krishnamoorthy, G., & Wright, AM (2008). Form versus substance: The implications for auditing practice and research of alternative perspectives on corporate governance. Auditing: A Journal of Practice & Theory, 27 (2), 181-198.

5. Jensen , M. C., Wa Meckling , V. Ҳ., Firm Theory: Managerial Behavior, Agency Costs, and Ownership Structure. Journal of Financial Economics, 1976 October 3, pp-305-306.

6. Van Gussin , VN, wa Hozhi-Abdulloh , NM, Characteristics of the audit committee in Malaysia, financial condition and quality of financial reporting. Thesis, University of Utah, Malaysia, 2009

7. Kalbers , L.P., va Fogarty , T.J. , Organizational and economic rationale for the control of the Audit Commission. Thesis, Pittsburgh State University, 1998.

8. Colbert J. Corporate Governance: Relations of Internal and External Auditors, Journal of Management Audit, 2002 pp. 147-152.

УДК 657

Азамова Ш.С., магистрант
Таджикский государственный университет права бизнеса и политики

СУЩНОСТЬ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЯ И ИХ КЛАССИФИКАЦИЯ

Формирование рыночной системы хозяйствования требует повышения эффективности производства, конкурентоспособности продукции и услуг; четких финансовых взаимосвязей в экономике страны. Финансы организаций занимают исходное, определяющее положение, так как обслуживают основное звено общественного производства, где создаются материальные и нематериальные блага. Радикальные социально-экономические преобразования, формирование новой системы производственных отношений, введение механизма рыночного ценообразования, высокие налоговые ставки, дороговизна кредитных ресурсов привели к резкому ухудшению финансового состояния и к утрате платежеспособности многих хозяйствующих субъектов. Определяющая роль' в решении названных проблем принадлежит активам, посредством которых возможна количественная оценка результативности принимаемых управленческих решений, осуществление контроля за восполнением ресурсов, диагностика финансовой деятельности и выявление резервов

повышения эффективности производства и роста экономического потенциала.

Определение и детальное рассмотрение категории активы в экономической науке является одной из ключевых проблем. Острота ее изучения подчеркивается необходимостью создания и совершенствования как имущественного положения, так и финансовых механизмов, функционирующих на фоне достижения основных производственных целей организаций. Возможны унифицированные, но в тоже время нестандартные подходы к формированию активов с учетом платежеспособности и деловой репутации хозяйствующих субъектов.

Деятельность любого предприятия основано, прежде всего, на его активах. Хозяйствующий субъект должен иметь в своем распоряжении реальное, функционирующее имущество, представленное внеоборотными и оборотными активами. Первые представляют собой инструмент обращения вторых. Только при наличии и обращении активов, можно говорить о начале функционирования предприятия. Под активами понимается все имущество, которым обладает предприятие, в том числе вещественные (материальные), невещественные ценности, а также финансовые активы.

Формирование активов – это своеобразная отправная точка, когда капитал вовлекается в экономический процесс и происходит запуск деятельности. Для идентификации активов, рассмотрим их отличительные особенности:

- непосредственно используются в процессе осуществления хозяйственной деятельности;
- формируются для конкретных целей деятельности;
- являются имущественными ценностями, имеющими стоимость;
- полностью контролируются предприятием;
- являются экономическим ресурсом, генерирующим доход;
- находятся в процессе постоянного оборота;
- их использование связано с фактором риска;
- зависимы от фактора ликвидности;
- представляют собой результат ранее осуществленных сделок, т. е. не находятся на стадии изготовления или доставки, а готовы к использованию в данный момент времени.

Для уяснения сущности активов, проанализируем мнения ученных, исследовавших данную категорию, а также экономические словари и стандарты финансовой отчетности, где есть упоминания об активах предприятия (табл. 1.).

Таблица 1

Определения понятия «активы предприятия» из различных источников

Авторы (источник)	Определение «активов»
Словарь финансовых и банковских терминов	«Имущество предприятия, состоящее из материальных финансовых и невещественных активов»
Юридический словарь	«Совокупность имущества, имущественных и неимущественных прав (имущество), принадлежащих физическому или юридическому лицу»
Энциклопедический словарь справочник	«Активами считаются хозяйственные средства, контроль над которыми организация получила в результате свершившихся фактов ее хозяйственной деятельности и которые должны принести ей экономические выгоды в будущем»
Нуриев Р.М.	«Активы предприятия - это средства, которые обеспечивают денежные поступления их владельцу в форме как прямых выплат (прибыль, дивиденды, рента, и т.д.), так и скрытых выплат увеличения стоимости предприятия, недвижимости, акций, и так далее» [1, с. 258].
Денисенко Е.С.	«Имущество, являющееся собственностью организации или отдельного лица, имеющее денежное выражение, способное приносить доход и иные экономические выгоды, возникшие в результате прошлых событий» [2, с.106].
Бланк И.А.	«Активы представляют собой экономические ресурсы предприятия в форме совокупных имущественных ценностей, используемых в хозяйственной деятельности с целью получения прибыли» [3].
Воробьев Ю.Н.	«Экономическая категория, характеризующая имеющиеся ресурсы предприятия, которые используются в финансово хозяйственной деятельности для достижения поставленной цели, и отражаемые соответствующим образом в бухгалтерском балансе».
МСФО	«Активы – это ресурсы, контролируемые компанией в результате событий прошлых периодов, от которых компания ожидает получение экономической выгоды в будущем».

Источник: составлено автором

Удовлетворяя желания и потребности покупателей, товары и услуги увеличивают потоки денежных средств предприятия. Отсюда следуют три главные характеристики активов:

-они должны принести предприятию экономическую выгоду, т.е. быть пригодными для получения прибыли;

- экономическая выгода должна быть подконтрольной предприятию;

- быть результатом прошлых сделок и событий,

Два требования, предъявляемые к активам:

- они должны находится в распоряжении предприятия, составлять ее собственность;

- иметь денежное выражение, то есть оцениваться по установленным принципам оценки (фактическая себестоимость, рыночная стоимость).

Признаки классификации активов:

А) в зависимости от целей бухгалтерского учета - внеоборотные активы и оборотные активы. Активы=Внеоборотные активы + Оборотные активы [11, с.22]

Внеоборотные активы - это активы со сроком использования свыше 12 месяцев или обычного операционного цикла, если он превышает 12 месяцев. К внеоборотным активам относятся основные средства, нематериальные активы, долгосрочные финансовые вложения, другие внеоборотные активы. [5, с.18]

Оборотные активы - это активы, которые:

(a) предполагается продать или использовать в ходе нормального операционного цикла компании; или

(b) приобретены, в основном, для целей торговли или предназначены для продажи в течение 12 месяцев с отчетной даты;

(c) неоднократно участвуют в процессе производства и реализации товаров(услуг);

(d)существует в форме денежных средств ли их эквивалентов, не имеющих ограничений в использовании.

Б) По срокам погашения активы можно подразделить на:

-текущие или краткосрочные (сроком до одного года);

-долгосрочные (более одного года).

Таким образом, активами считаются хозяйственные средства, контроль над которыми организация получила в результате свершившихся фактов ее хозяйственной деятельности и которые должны принести ей экономические выгоды. Активы являются главным объектом предприятия, которые основываются на деятельность фирмы или предприятия.

Список использованной литературы

1. Нуриев Р.М. Курс микро.: 3-е изд., испр. и доп. - М.: 2014. — 624
2. Денисенко Е.С. Экономическая сущность понятия «Активы» и их классификация // Актуальные вопросы экономических наук. 2015. № 44. С. 105-111.
3. Бланк И.А. Управление финансовыми ресурсами: учебник / И.А. Бланк. - М.: Омега-Л, ООО «Эльга», 2011. – 768 с.
4. Дадоматов Д.Н.,Тоҷзод Д.Ҳ.,Раҳмонова З.Н. СБҲҲМА. Комплекси таълимӣ – методӣ.- Хуҷанд: ДДҲБСТ, 2018.-188с.

УДК 657

Бахметьєва В.В., магістрант
Науковий керівник: Легенчук С.Ф., д.е.н., проф.,
завідувач кафедри обліку і аудиту
Державний університет «Житомирська політехніка»

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ ТА УПРАВЛІНСЬКИЙ ОБЛІК ЗАПАСІВ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ

В сучасних умовах господарювання, коли виробнича сфера майже не розвивається, торговельна діяльність являється найпоширенішою формою підприємницької діяльності, серед якої значну частку займає роздрібна торгівля. Торговельна діяльність - це ініціативна, систематично виконувана на власний ризик діяльність з метою одержання прибутку як юридичними, так і фізичними особами, щодо купівлі-продажу товарів кінцевим споживачам. Торговельна діяльність забезпечує взаємозв'язок між виробниками різних галузей господарства та споживачами, і спрямована на задоволення попиту населення, а також займає питоме місце в відрахуваннях податків до бюджету.

За видами торгівлі підприємства поділяються на оптові та роздрібні. Роздрібна торгівля здійснюється через магазини (продовольчі, непродовольчі, спеціалізовані, універмаги, універсами, торгові комплекси тощо), дрібно-роздрібну мережу (намети, кіоски, павільйони, торгові автомати), пересувну мережу (автомагазини, лавки-автопричепи, візки, розноски, столики). Отримання прибутку на підприємствах роздрібної торгівлі залежить від асортименту представленого товару, його ціни та якості, оборотності, факторів місцезнаходження, зручності торговельних точок і прогнозованого рівня обслуговування споживачів.

Бухгалтерський облік у торгівлі, як і в інших галузях, ведеться згідно

із законодавством України та національними стандартами бухгалтерського обліку. Відповідно до П(С)БО 9 «Запаси» товарами є матеріальні цінності, що придбані та утримуються з метою подальшого продажу. Специфічні рахунки для обліку в торгівлі: 28 "Товари" (з відповідними субрахунками); 902 "Собівартіс ть реалізованих товарів"; 702 "Дохід від реалізації товарів"; 92 "Адміністративні витрати", 93 "Витрати на збут" - для обліку витрат обігу.

Ефективне управління товарними ресурсами залежить від належної організації бухгалтерського і управлінського обліку і має враховувати особливості організації роздрібної торговельної діяльності. А це облік товарообороту переважно готівкою в касу підприємства із застосуванням реєстраторів розрахункових операцій; роздрібна ціна утворюється з первісної вартості та торгової націнки, яка саме і формує прибуток торговельного підприємства; у торгівлі відсутні витрати, пов'язані з виробництвом, але є витрати, пов'язані із збереженням і обліковуються як витрати на збут та адміністративні витрати.

Для забезпечення високого рівня обслуговування покупців необхідно постійно вивчати попит на продукцію, проводити прийом товарів належної якості, створювати умови зберігання товарів, правильно розміщувати їх в торговельному залі, підтримувати культурний та етичний рівень з встановленням міжособистих психологічних контактів між продавцем і покупцем в процесі обслуговування.

Надходження товару здійснюється згідно укладених договорів поставки та супроводжуються накладними, податковими накладними, сертифікатами якості, товарним звітом, чеком та ін., передача товарів до відділів підприємства відбувається за накладною внутрішнього переміщення. Документування – основа інформаційної системи підприємства та елемент процесу управління. Первинні документи використовуються для прийняття оперативних управлінських рішень щодо господарської діяльності.

Достовірність обліку товарних запасів забезпечується проведенням інвентаризацій та вибіркових перевірок наявності товарів з вчасним відображенням в бухгалтерському обліку отриманих результатів. Інвентаризація товарних запасів – це перевірка і документальне підтвердження фактичної наявності активів та зобов'язань, розрахункових операцій, виявлення відхилень від облікових даних і прийняття рішень щодо змін в бухгалтерську звітність. У результаті проведення інвентаризації виявляють неходові, залежалі, зіпсовані товари, крадіжки, товарні втрати.

Облік товарів на підприємствах роздрібної торгівлі ведеться за

цінами реалізації, формування яких повинно забезпечити продавцю покриття витрат з продажу даного товару та одержання прибутку. Тому в торгову націнку включається норма прибутку, яку підприємство очікує отримати від реалізації товару, збільшена на суму адміністративних та інших операційних витрат.

Мета кожного підприємства вижити на ринку, при цьому максимально збільшити прибуток, розширити оборот та ринок збуту товарів. Ціна на товар виконує обліково-вимірювальну функцію, стимулюючу та розподільчу, забезпечує збалансованість попиту та пропозиції. Одним з найбільш суттєвих факторів ефективної діяльності підприємства є правильно вибрана цінова політика, яка створює основу для планування доходів.

Стратегічне управління підприємством повинне базуватися на основі системи показників, як засобу інформаційної підтримки управління, а це є підготовка облікової інформації, що узагальнюється в бухгалтерській звітності.

Бухгалтерський облік передбачає систему рахунків, за допомогою яких висвітлюються певні дані, які дають можливість своєчасно вирішувати проблеми, а баланс виступає як загальний документ, що оцінює ефективність управління. Якість вирішення проблеми залежить від якості інформації про неї, тобто інформація має бути об'єктивною, актуальною, лаконічною та своєчасною.

В системі управління підприємством бухгалтерський облік виконує важливі функцій, які дозволяють усувати інформаційні бар'єри між керуючою та керованою системою, а головне раціоналізувати процес прийняття управлінських рішень. Тому управлінська політика має бути спрямована на посилення системи бухгалтерського обліку, яка виступає базою для прийняття рішень щодо ефективності функціонування системи господарювання [1].

Господарська діяльність торговельного підприємства в умовах сьогодення безпосередньо пов'язана із збереженням його як єдиного цілого на основі постійної підтримки сформованих відносин і зв'язків обміну ресурсами та інформацією, як в середині підприємства, так і з зовнішнім середовищем. У процесі розвитку для цього створюються необхідні умови. Тому завданням управління торговельного підприємства є збалансувати ці процеси для досягнення головної мети господарювання торговельних підприємств [2].

Отже, для побудови ефективної та точної облікової системи обліку товарів необхідно точно розуміти економічну сутність торговельної діяльності та операцій з продажу товарів. Для створення ефективного бухгалтерського та управлінського обліку запасів необхідно

враховувати особливості комерційної діяльності підприємств роздрібної торгівлі та мати належну організацію обліку, яка б в повному обсязі задовольняла потреби та вимоги користувачів інформації. Для цього необхідно створювати умови для формування аналітичної документації, визначити важелі контролю і управління, запроваджувати наукові досягнення в практику технології обліку.

Список використаної літератури:

1. Бухгалтерський облік в управлінні підприємством / О.А. Лаговська, С.Ф. Легенчук, В.І.Кузь, С.В.Кучер. - навч. посіб. Житомир: Житомирський державний технологічний університет, 2017. 416 с.

2. Тарасова Т.О. Первиний облік товарних операцій підприємств роздрібної торгівлі: Монографія / Тарасова Т.О., Янчев А.В., Волошан І.Г. - Харківський державний університет харчування та торгівлі, 2015. 240 с.

УДК 657.6

Бєляєва Л.А., к.е.н., доц.,
доцент кафедри обліку та оподаткування
Харківський навчально-науковий інститут
ДВНЗ «Університет банківської справи»

ОБЛІКОВА ПОЛІТИКА ТА ОБЛІКОВІ ОЦІНКИ

В Україні поняття облікової політики знайоме всім бухгалтерам підприємств виробничої сфери і бюджетних установ. Перше визначення було надано в ЗУ «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» у 2000 році і тільки у 2013 році були затверджені Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства № 635 [1,2].

На сьогодні облікова політика є важливим важелем, особливо для підприємств, річний дохід яких не перевищує 20 млн грн. Вони мають право вести податковий облік за правилами бухгалтерського і не проводять коригування фінансового результату до оподатковування на податкові різниці. Для фіскальних органів стають важливими, як елементи облікової політики так і облікові оцінки, тому як вони впливають на формування прибутку і його оподаткування.

При формуванні облікової політики суб'єктам господарювання слід чітко розуміти різницю між поняттям «елементи облікової політики» та «облікові оцінки». Нажаль воно остаточно невирішене на законодавчому рівні і вносить плутанину у трактування сутності і сфери

застосування облікової політики підприємства.

Особливості використання елементів облікової політики та облікових оцінок показані на рисунку 1.

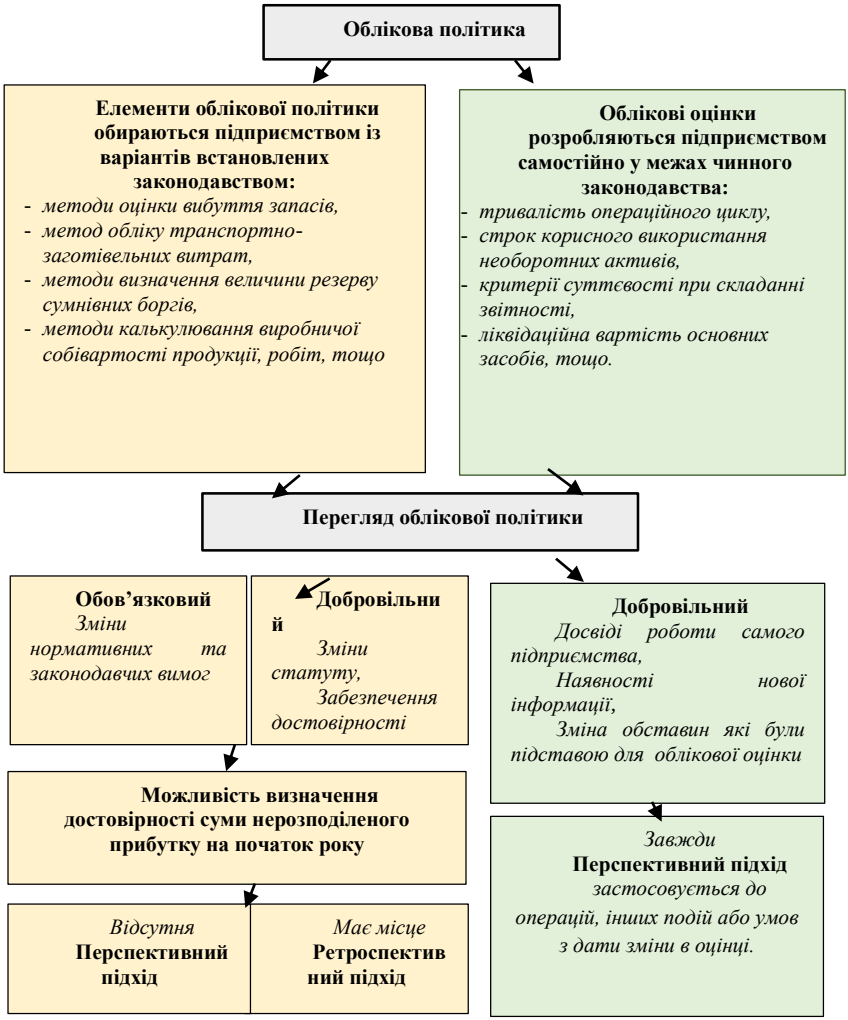


Рис. 1. Особливості елементів облікової політики та облікових оцінок

Сутність елементів облікової політики більш-менш зрозуміла, а щодо облікових оцінок виникає цілий ряд невирішених питань.

Елементами облікової політики є альтернативні варіанти обліку окремих об'єктів, передбачених нормативно-правовими актами.

П(с)БО 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах» до облікових оцінок відносить попередні оцінки, які використовуються підприємством з метою розподілу витрат і доходів між відповідними звітними періодами [3].

Облікові оцінки це певні вартісні або кількісні критерії, що використовуються в обліку підприємства, здебільшого вони враховують норми, що залежать від обсягів і досвіду діяльності самого підприємства і управлінський персонал має контролювати виконання єдиного підходу до розрахунку облікових оцінок.

Отже, категорії «елементи облікової політики» та «облікова оцінка» не тотожні, вони тісно пов'язані між собою і облікова політика є категорією більш високого порядку і не зводиться до використання лише облікових оцінок.

П(с)БО 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах» передбачає можливість зміни облікової політики, відображення її в обліку залежить від того чи це елементи чи облікова оцінка, вона може бути обов'язковою або добровільною.

У разі, якщо зміна облікової політики викликала суттєві зміни показників фінансової звітності, підприємство повинно повторно оприлюднити фінансову звітність або обґрунтувати її економічну недоцільність, коли витрати на повторне оприлюднення фінансової звітності перевищують вартість зміни облікової політики.

Також варто зауважити, що порядок повторного подання інформації про зміни у обліковій політиці П(с)БО 6 не конкретизовано і не містить ніяких пояснень щодо порядку його застосування.

На практиці існує два способи відображення у фінансовій звітності змін облікової політики: ретроспективний і перспективний, вибір якого залежить від можливості визначення достовірності суми нерозподіленого прибутку на початок року. Пріоритетним є ретроспективний підхід запропонований П(с)БО 6. Він передбачає використання зміненої облікової політики і в попередні періоди, тобто це означає, що всю попередню фінансову звітність необхідно перерахувати відповідно до нової облікової політики і відкоригувати сальдо нерозподіленого прибутку. Але при цьому іде мова тільки щодо нерозподіленого прибутку, але всім зрозуміло, що крім прибутку мають змінюватися ще й статті активів, власного капіталу або зобов'язань, щоб зберегти балансове рівняння.

При зміні облікових оцінок завжди використовується перспективний підхід, за своєю сутністю, перегляд оцінок не стосується попередніх періодів та не є виправленням помилки. Перспективне визнання впливу

зміни в обліковій оцінці означає, що зміна застосовується до операцій, подій або умов з дати зміни в оцінці. Зміна в обліковій оцінці може впливати на прибуток або збиток лише поточного періоду або прибуток чи збиток як поточного, так і майбутніх періодів. Порядок відображення наслідків змін облікових оцінок порівняно з проведенням коригувань унаслідок перегляду елементів облікової політики значно простіший.

Тому підприємству потрібно чітко визначитися з тим, що відбулося: перегляд облікової політики чи зміна в облікових оцінках. Якщо зробити це неможливо, то, відповідно до п. 14 П(С)БО 6, таку зміну слід розглядати як зміну облікових оцінок. Тому, що облікова політика, як правило, незмінна, а облікові оцінки за деякими стандартами підлягають перегляду кожного року.

МСБО 8 «Облікова політика, зміни в облікових оцінках та помилки» є основним міжнародним стандартом, що застосовується при визначенні критеріїв для обрання облікових політик, визначення облікового підходу та розкриття інформації про зміни в облікових оцінках та виправленні помилок попереднього періоду [4].

У цілому МСБО 8 досить негативно ставиться до зміни облікової політики і вимагає у разі проведення добровільної зміни проводити ретроспективні коригування попередньої фінансової звітності

Зміни облікової політики та облікових оцінок регламентовані міжнародним та вітчизняним законодавством. Проте, неузгодженість між окремими нормативно-правовими актами щодо регламентації порядку зміни облікової політики та облікових оцінок зумовлює проблеми при коригуванні показників обліку та звітності. Прикладом є методи амортизації необоротних активів, а також вартісні ознаки предметів, що входять до складу МНМА, перелічені у складі елементів облікової політики в п. 2.1 Методичних рекомендацій № 635. Водночас в облікових цілях Міністерство фінансів у листі від 02.11.2009 р. № 31-34000-20-23-5535/ [5] рекомендувало зміну методу амортизації і вартісного критерію розглядати як зміну облікових оцінок.

Створення облікової політики за національними та міжнародними стандартами є непростою процедурою, яка має свої правила, обмеження та виключення. Кожен крок на шляху до визначення та змін облікової політикою потребує наполегливої праці, скрупульозного вивчення П(С)БО, МСФЗ, МСБО, практики та досвіду роботи підприємства відповідної галузі та значної кількості професійної літератури.

Список використаної літератури

1. Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні: Закон

України від 16.07.1999 р. № 996-1. URL: https://urlid.ru/bpnj (дата звернення: 20.10.2019)

2. Методичні рекомендації щодо облікової політики підприємства: наказ МФУ від 27.06.2013 № 635. URL: https://urlid.ru/bw6z (дата звернення: 20.10.2019)

3. П(с)БО 6 «Виправлення помилок і зміни у фінансових звітах»: наказ МФУ від 28.05.99 N 137. URL: https://urlid.ru/bw71 (дата звернення: 20.10.2019)

4. МСБО 8 «Облікова політика, зміни в облікових оцінках та помилки». URL: https://urlid.ru/bw72 (дата звернення: 20.10.2019)

5. Лист МФУ від 02.11.2009 р. № 31-34000-20-23-5535/ URL: https://urlid.ru/bw74 (дата звернення: 20.10.2019).

УДК 657

Блиндюк Н.А., магістрант
Науковий керівник: Хоменко Г.Ю., к.е.н.,
доцент кафедри обліку і аудиту
Державний університет «Житомирська політехніка»

ВИТРАТИ НА МАРКЕТИНГ ТА РЕКЛАМУ: ПРОБЛЕМИ ОБЛІКОВОГО ВІДОБРАЖЕННЯ

Підприємства, які ведуть бізнес, несуть багато витрат. Серед них - витрати на маркетинг та рекламу, які за сучасних умов ведення бізнесу є важливою об'єктом бухгалтерського обліку. На жаль, на сьогодні не існує єдиної класифікації маркетингових витрат у системі бухгалтерського обліку. Практика показує, що кожен суб'єкт господарювання самостійно визначає, що вважає маркетинговими витратами, а що витратами на рекламу. Наприклад, частина витрат на маркетинг класифікується як фактичні маркетингові витрати, а частина з них визнається як витрати на збут або інші витрати діяльності підприємства.

Як зазначає Т.О. Тарасова у своїх дослідженнях, під маркетинговими витратами доцільно розуміти витрати, пов'язані із залученням покупців. Такий підхід відповідає основним завданням маркетингової діяльності, а саме: здійснення дослідницької діяльності щодо визначення цільового сегмента ринку та позиціонування товарної номенклатури; формування цінової політики підприємства; визначення технології цінової адаптації покупців; розробка збутової політики; опрацювання структури каналів просування товарів та комбінації реклами [2, с. 154].

Особливості виникнення маркетингових витрат мають вплив на варіанти їх облікового відображення.

Згідно вимог чинного законодавства маркетингові витрати мають відображатися у складі витрат на збут. Деякі з них відображаються в адміністративних витратах і у витратах майбутніх періодів, а також в інших витратах операційної діяльності. Таким чином, в нормативних документах маркетингові функції не розглядаються як окремі бізнес-процеси, а розпорошуються з-поміж різних видів операційної діяльності підприємства, що зумовлює недостатній рівень планування їх ресурсного забезпечення та загальну неефективність планування [1, с. 422].

Погоджуємось з думкою А.Б. Халевінської, яка пропонує витрати на маркетинг класифікувати наступним чином: 1) організаційні: оплата згідно договору надання маркетингових послуг, створення відділу маркетингу, утримання відділу маркетингу; 2) витрати на стратегічний маркетинг: розробка стратегії роботи на ринку товарів та послуг; 3) витрати на тактичний маркетинг: витрати на традиційну рекламу, витрати на директ-маркетинг, витрати на стимулювання збуту, витрати на дослідження ринку, споживачів та конкурентів [3, с. 45].

Варто зазначити, що ефективність маркетингової діяльності та успішної рекламної кампанії підприємства залежать, в першу чергу, від повної та достовірної інформації про понесені витрати в системі бухгалтерського обліку суб'єкта господарювання. Не дивлячись на те, що маркетингові витрати та витрати на рекламу можуть мати схожі риси, проте, на нашу думку, інформацію про них варто розрізняти і доцільно вести окремий облік, зокрема актуальною в даному питанні є розробка аналітичної системи рахунків щодо обліку маркетингових витрат та витрат на рекламу.

Таким чином, виходячи з вищезазначеної інформації та з метою прийняття рішень і необхідності деталізації інформації про витрати на збут, маркетинг та рекламу варто запропонувати наступні аналітичні розрізи до рахунку 93 «Витрати на збут»: 93.1 «Витрати на маркетинг», 93.2 «Витрати на рекламу», 93.3 «Інші витрат на збут».

Зокрема, підсумовуючи, варто зазначити, що проблеми визначення та оцінки витрат на маркетинг і рекламу виникають з достатньо широкої різноманітності таких витрат та відсутності загального підходу щодо їх відокремлення та ідентифікації в системі бухгалтерського обліку. Кожне підприємство може самостійно розробляти робочий план рахунків задля обліку таких витрат, беручи до уваги специфіку своєї діяльності. Деталізація облікової інформації в запропонованих розрізах суттєво покращить процес прийняття управлінських рішень її користувачами та відображає загальний підхід до обліку таких витрат на підприємстві.

Список використаної літератури:

1. Гавриловський О.С. Сучасні підходи до вдосконалення обліку непрямих витрат на збут, рекламу й маркетинг / О.С. Гавриловський // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія Економічні науки. Вип. 7. Ч. 5. 2014. С. 118-120.

2. Тарасова Т.О. Проблеми формування бюджету маркетингу підприємства торгівлі в системі бухгалтерського обліку / Т.О. Тарасова // Економічний простір. 2017. № 122. С. 148-158.

3. Халевинская А.Б. Учет расходов на маркетинг / А.Б. Халевинская // Вестник науки Сибири. 2016. № 4 (23). С. 40-48.

УДК 657.6

Бобоев Н.Н., магистрант
Таджикский государственный университет права бизнеса и политика

КЛАССИФИКАЦИЯ И ОЦЕНКА НЕМАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ

Сложность понятия «нематериальные активы», разнообразный состав нематериальных активов создают необходимость классификации указанного объекта по определенным признакам. НМА относятся объекты, указанные в таблице 1

Таблица 1.

Объекты, относящиеся к НМА

Объекты, относящиеся к НМА	
Произведения науки, литературы и искусства	Программы для ЭВМ
Изобретения	Полезные модели
Селекционные достижения	Секреты производства (ноу-хау)
Товарные знаки и знаки обслуживания	Деловая репутация (гудвилл)

Объекты интеллектуальной собственности, относящиеся к нематериальным активам:

-исключительное право патентообладателя на изобретение, промышленный образец, полезную модель;

-исключительное авторское право на программы для ЭВМ, базы данных;

-имущественное право автора или иного правообладателя на топологии интегральных микросхем;

-исключительное право владельца на товарный знак и знак

обслуживания, наименование места нахождения товаров;

-исключительное право патентообладателя на селекционные достижения.

По причине того, что учет нематериальных активов регулируется и гражданским, и бухгалтерским законодательством, то существующие классификационные признаки имеет смысл разделить на две группы по содержанию: юридическому и экономическому соответственно. Указанная классификация представлена в таблице 2.

Таблица 2.

Подразделение классификационных признаков НМА по юридическому и экономическому содержанию

Группа классификационных признаков	Классификационный признак	Назначение группировки
По юридическому содержанию	Способ обособления объектов	Выделение информации, которая потребуется для принятия решения о необходимости государственной регистрации объекта, для выбора его оценки, для формирования счетов третьего порядка
	Степень правовой защищенности	Выделение информации для определения срока полезного использования, для включения затрат на охрану объекта в стоимость нематериального актива
	Степень отчуждаемости	Выделение информации о возможности предоставления прав пользования объектами нематериальных активов с целью получения экономических выгод
По экономическому содержанию	Использование в хозяйственной деятельности	Выделение информации, которая необходимадля оценки экономических выгод организации от внутрихозяйственного и коммерческого использования нематериального актива, для формирования субсчетов
	Срок полезного использования	Выделение информации, которая необходима для решения вопросов о начислении амортизации по нематериальным активам, для раскрытия в пояснениях
	Погашение стоимости	Выделение информации, которая необходима для определения способа начисления амортизации, для отражения в учете сумм амортизационных отчислений, а также отражения изменений в оценочных значениях

Список использованой литературы

1. Нематериальные активы: Международный стандарт финансовой отчетности (IAS) 38.(введен в действие на территории Российской Федерации Приказом Минфина России от 25.11.2011 N 160н)

2. Акулич, В.В. Анализ эффективности использования нематериальных активов // Планово-экономический отдел. 2006. №11. –

3. Анализ финансово-хозяйственной деятельности: учебное пособие для вызов / Л.Н. Чечевицына, И.Н. Чуев. – Изд. 4-е, доп. и перераб. – Ростов н/Д : Феникс, 2010. – 382 с. – (Высшее образование).

4. Анализ хозяйственной деятельности предприятия. Савицкая Г.В. 5-е изд., перераб. и доп. - М.: Инфра-М, 2009. — 536 с.

25. Аудит // В.И. Подольский, А.А. Савин и др., - 3-е изд. доп. Юрайт, М.: 2013. – 605 с.

6. Аудит: Практикум / С.М.Бычкова, Т.Ю. Фомина; под ред. С.М. Бычковой. – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: Эксмо, 2010. – 176 с. – (Настольная книга специалиста).

7. Дружиловская, Э.С. Совершенствование методики оценки нематериальных активов в бухгалтерском учете // Международный бухгалтерский учет. – 2012. - №16 (214).

8. Илюхина Н.А. Порядок переоценки объектов нематериальных активов // Аудиторские ведомости. 2009. №7. С. 29-33.

УДК 330

Зиёваддинзода С., магистрант
Научный руководитель: Кузибаева Б., доцент
Таджикский государственный университет
права бизнеса и политики

ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ ПРИМЕНЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ КРЕДИТНЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

В последнее время все страны стали уделять пристальное внимание проблеме унификации учета и отчетности.

Международные стандарты финансовой отчетности (далее - МСФО) были признаны мировым сообществом неким эталоном формирования и представления финансовой отчетности организаций. Применение организацией в своей деятельности международных правил составления отчетности способствует не только открытости и большей информативности отчетных данных, но и обеспечивает более

высокий рейтинг, укрепляет ее конкурентоспособность.

В данной связи переход экономики Республике Таджикистан на международные правила учета и отчетности полезен, но в то же время длителен.

Банковский сектор одним их первых перешел на международные стандарты. Кредитные организации при составлении финансовой отчетности в настоящее время используют правила, соответствующие нормам таджикского законодательства и нормативным актам НБТ. В результате применения МСФО в деятельности кредитных организаций положило начало новому этапу в развитии банковской системы – активному сближению и гармонизации отечественных и международных норм учета и отчетности кредитных организаций.

Внедрение МСФО в банковскую практику служит для кредитных организаций источником конкурентных преимуществ, что в условиях ужесточения банковской конкуренции, безусловно важно и актуально. Таким образом переход на МСФО – основной фактор продолжения и активизации банковской реформы в нашей страны.

Любая деятельность осуществляется в рамках соответствующей правовой среды. Поэтому большое значение имеет создание необходимых *правовых условий,* к которым относятся наличие законов, инструкций и положений.

Переход экономики Республике Таджикистан на рыночные отношения объективно востребовал соответствующей адаптации и ее языка бизнеса - бухгалтерского учета. Поэтому основная цель реформирования системы бухгалтерского учета обеспечить совмещение национальной системы бухгалтерского учета с требованиями рыночной экономики и МСФО.

Принципиальные различия в постановке организации отечественного бухгалтерского учета и международных стандартов определили первоочередность и последовательность реформирования системы бухгалтерского учета в Республике Таджикистан.

Так 13 мая 2015г. за №314 года вышло Постановление Правительства Республики Таджикистан «О переходе на международные стандарты финансовой отчетности» [2]. Данное Постановление определило направления реформирования бухгалтерского учета – привести систему бухгалтерского учета в соответствие с МСФО. Первым шагом в данном направлении было принятие Нового Модельного плана счетов бухгалтерского учета Распоряжением Министерства финансов РТ от 25 мая 20011 года № 41 [3].

Министерство финансов Республики Таджикистан, учитывая ряд сложностей перехода на МСФО, данным Распоряжением утвердило

список 29 предприятий отраслей народного хозяйства, осуществляющих в порядке эксперимента перевод на МСФО системы бухгалтерского учета и отчетности исходя из Нового плана счетов и новых форматов финансовой отчетности. Кроме того, отмечается, что хозяйствующие субъекты, осуществляющие самостоятельный переход на МСФО, поощряются [2].

В дополнение к этому, в целях дальнейшего усиления работы по переводу системы бухгалтерского учета хозяйствующих субъектов республики на МСФО, 3 октября 2006 года за № 465 вышло Постановление Правительства РТ «О дополнительных мерах по внедрению Международных стандартов финансовой отчетности в Республике Таджикистан» [2]. Данным Постановлением определён состав межведомственной комиссии по внедрению МСФО, а также утвержден график поэтапного перевода системы бухгалтерского учета и бухгалтерской отчетности хозяйствующих субъектов на МСФО. График поэтапного перевода системы бухгалтерского учета имеет следующий вид:

Объекты перехода	Сроки исполнения
Эмитенты, осуществившие публичное размещение ценных бумаг, открытые акционерные общества, разместившие акции на сумму 600 тысяч сомони и более	2006-2008
Открытые акционерные общества, разместившие акции на сумму менее 600 тысяч сомони, закрытые акционерные общества.	2006-2009
Хозяйствующие субъекты независимо от форм собственности и подчиненности, кроме акционерных обществ	2006-2010

Хотелось бы отметить, что в настоящее время ключевой проблемой в реформировании системы бухгалтерского учета Республики Таджикистан является разработка национальных стандартов финансовой отчетности основанных на МСФО, а также разработка методических рекомендаций и тем самым обеспечение практического внедрения их на предприятиях. Но в рамках данного вопроса еще имеются разные мнения среди ученых и специалистов республики.

Таким образом, вышеназванный Закон полностью закрепил, что Республики Таджикистан полностью признает МСФО и обязывает отечественные предприятия вести бухгалтерский учет и составлять отчетность в соответствии с этими стандартами.

В целях реализации подпункта 6) пункта 5 статьи 20 Закона Республики Таджикистан от 25 марта 2011 года, №702 «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» был утвержден новый

Типовой план счетов бухгалтерского учета.[1]

Синтетические счета бухгалтерского учета в Типовом плане расположены в порядке уменьшения ликвидности по форме согласно приложению к настоящему Типовому плану. Номера счетов бухгалтерского учета в Типовом плане содержат четыре знака. Первая цифра номера указывает на принадлежность к разделам, вторая - на принадлежность к подразделам, третья - на принадлежность к группам синтетических счетов, четвертая цифра - определяется организацией самостоятельно.[3]

Порядок ведения аналитического учета операций и событий устанавливается индивидуальным предпринимателем или должностными лицами юридического лица, которые в соответствии с законодательными актами Республики Таджикистан и учредительными документами осуществляют текущее руководство и ведение дел, исходя из потребностей индивидуального предпринимателя или организации.

Сходства и различия в таджикской и международной финансовой отчетности

В конкретном сопоставлении отечественного бухгалтерского учета с международными стандартами различия проявляются в следующем:

1. По МСБУ, финансовый год может не совпадать с календарным. Более того, система налогообложения США разрешает фирмам самостоятельно устанавливать сроки финансового года. В таджикской практике такие подходы исключены. Финансовый год должен совпадать с календарным.

2. В таджикской системе бухгалтерского учета (ТСБУ) используется национальная валюта – сомони и ее составляющая - дирам. Отчетность межнациональных компаний подготавливается в валюте страны, где находится их штаб-квартира, но чаще всего – в долларах США, в то время как дочерние предприятия этих компаний – в национальной валюте страны пребывания.

3. В плане счетов англо-американской модели нумерация счетов отсутствует, а расположение их построено по степени ликвидности – от наиболее ликвидных видов имущества и обязательств к наименее ликвидным. В таджикском плане счета размещены в обратной зависимости. Аналогично размещение статей бухгалтерских балансов.

4. Бухгалтерский баланс по международным стандартам бухгалтерского учета (МСБУ), в отличие от ТСБУ, содержит более подробную информацию, так как наряду с данными отчетного периода он включает аналогичные показатели за тот же период прошлого года. В то же время по ТСБУ отдельные статьи баланса более детализированы, особенно в разрезе отдельных видов дебиторской и

кредиторской задолженности. По МСБУ такая детализация имеет место в Отчете о прибылях и убытках.

5. В МСБУ общепринята практика одновременного отражения хозяйственных операций в учете по дебету нескольких счетов и кредиту нескольких счетов. Отечественная методология бухгалтерского учета отрицает такую корреспонденцию счетов, обоснованно считая, что подобный подход искажает экономическое содержание хозяйственной операции.

Таким образом, по нашему мнению предприятие, перешедшее на организацию бухгалтерского учета по международным стандартам, при подготовке отчетности может исходить из следующих подходов:

- готовить «удобный отчет». Его содержание оформляется переводом не только на язык пользователя, но и на его валюту. При этом учетные принципы остаются неизменными. По такому варианту работают японские компании;

- представлять «частично пересчитанный отчет». В соответствии с принципами учета страны-пользователя учетной информации готовится перевод отчета с пересчетом валюты и частичным пересчетом отдельных элементов финансового отчета. Эта информация оформляется как приложение к отдельным формам отчета. Подобный подход характерен для шведской компании «Вольво»;

- разрабатывается «удобный перевод» отчетности на языке пользователя без изменения валюты и принципов бухгалтерского учета;

- готовится «дублирующий финансовый отчет» с переводом, пересчетом валюты и всех показателей отчетности исходя из учетных принципов пользователя, т. е., по сути, составляется два вида отчетности: для себя в соответствии со сложившимися принципами учета и для партнера – в соответствии с принципами национального законодательства последнего;

- в строгом соответствии с международными стандартами учета;

- отчет составляется исходя из требований национального законодательства, если они не противоречат международным стандартам, язык и валюта такой компании широко используются в мире, а компания функционирует только на своем внутреннем рынке. Этот способ применим для компаний США.

В заключении можно увидеть, то что для таджикских бухгалтеров-практиков не составит труда переклассифицировать имущество на краткосрочные и долгосрочные активы и обязательства, но сами разделение активов на три выделенных нами раздела может создать некоторые трудности.

Литература

1. Закон Республики Таджикистан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 25.03.2011г. №702.
2. Постановление Правительства Республики Таджикистан «О переходе на международные стандарты финансовой отчетности» 13.05.2015г. №314.
3. Приказ Министра финансов Республики Таджикистана «Об утверждении Типового плана счетов бухгалтерского учета» от 25.05.2011 №41
4. Правила ведения бухгалтерского учета для кредитных организаций и микрофинансовых организаций. Утверждено Постановлением Правления НБТ за №36 от 10 февраля 2012 г.
5. Закон Республики Таджикистан о «Банковской деятельности» 19 мая 2009 г. №524
6. Шнейдман Л.З. На пути к международным стандартам финансовой отчетности//Бухгалтерский учет. 2005.– № 1.- с. 29-30

УДК 657

Зиёвадинов Д.Р., магистрант
Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики

СОДЕРЖАНИЕ КОНЦЕПЦИИ КОНТРОЛЯ СОГЛАСНО МСФО

Формирование в 70–80-х годах прошлого столетия глобальных финансовых рынков в развитых странах и в странах с переходной и развивающейся рыночной экономикой предопределило новые направления по развитию национальных моделей системы бухгалтерского учета и отчетности. Они стали восприниматься как неполноценные, не всегда обеспечивающие отражение важнейших изменений на рынке, новых мирохозяйственных явлений и процессов.

Развитие международного сотрудничества Республики Таджикистан, привлечение иностранных инвестиций, выход отечественных предприятий на новые международные рынки товаров и капитала предопределяет необходимость совершенствования управления экономикой. Важная роль в этом процессе принадлежит государственному регулированию бухгалтерского учёта, который должен обеспечивать объективной и достоверной информацией руководство предприятий, всех его собственников, инвесторов и

кредиторов, акционеров, налоговые и другие государственные органы, а также другие группы пользователей финансовой отчетности.

В настоящее время для мировой учетной практики одним из вариантов реформирования национального учета является сближение положений по учету и международных стандартов финансовой отчетности (МСФО).

Международные стандарты финансовой отчетности представляют собой целостную мировоззренческую систему, требующая от специалистов, применяющих ее, особого менталитета, умения формулировать обоснованные профессиональные суждения. Основной целью МСФО, является принятие ее пользователями эффективных управленческих решений [1].

Международные стандарты финансовой отчетности - это документы, раскрывающие требования к содержанию бухгалтерской информации и методологию получения важнейших учетных данных на основе гармонизации национальных стандартов экономически развитых государств, разрабатываемые и публикуемые Комитетом по международным стандартам финансовой отчетности.

Международный стандарт - это стандарт бухгалтерского учета, применение которого является обычаем в международном деловом обороте независимо от конкретного наименования такого стандарта. В настоящее время важным направлением конкурентного развития деятельности отечественных предприятий является совершенствование законодательства в области бухгалтерского учета в соответствии с требованиями МСФО. Каждый из принятых Стандартов содержит требования к объекту учета для его квалификации и признания, к порядку оценки объекта и раскрытию информации об объекте в финансовой отчетности.

Идентичность трактовки понятия «контроль» является одним из важных вопросов подготовки консолидированной финансовой отчетности. Концепция контроля (включающая: понятие, критерии признания его наличия или отсутствия) несколько трансформировалась за период времени с момента создания первого международного стандарта по консолидации МСФО (IAS) 3 «Консолидированная финансовая отчетность» и до появления МСФО (IFRS) 10 «Консолидированная финансовая отчетность» [6].

В 2011 году был выпущен новый стандарт, посвященный принципам подготовки консолидированной отчетности - МСФО (IFRS) 10 «Консолидированная финансовая отчетность». Целью настоящего стандарта является определение принципов представления и подготовки консолидированной финансовой отчетности в тех случаях,

когда предприятие контролирует одно или несколько других предприятий [6].

Для достижения данной цели МСФО (IFRS) 10:

- требует, чтобы предприятие (материнское предприятие), которое контролирует одно или несколько других предприятий (дочерние предприятия), представляло консолидированную финансовую отчетность;
- дает определение принципа контроля и устанавливает контроль как основу для консолидации;
- указывает, как применять принцип контроля, чтобы установить, контролирует ли инвестор объект инвестиций и, следовательно, должен ли инвестор консолидировать объект инвестиций; и
- устанавливает требования к бухгалтерскому учету с целью подготовки консолидированной финансовой отчетности;
- дает определение инвестиционной организации и устанавливает исключение в отношении консолидации определенных дочерних организаций инвестиционной организации.

В МСФО (IFRS) 10 пересмотрено определение контроля и дано подробное руководство по применению, позволяющее применять единую модель контроля ко всем предприятиям.

Основной принцип МСФО (IFRS) 10 заключается в том, что контроль существует только тогда, когда инвестор обладает полномочиями в отношении объекта инвестиций, подвергается рискам, связанным с переменным доходом от участия в объекте инвестиций и имеет возможность влиять на доход при помощи осуществления своих полномочий в отношении объекта инвестиций [6].

В сложных случаях на результаты анализа, проводимого в соответствии с МСФО (IFRS) 10 окажут влияние конкретные факты и обстоятельства. МСФО (IFRS) 10 не дает однозначных ответов, а требует учета многих факторов.

Кроме того, стандарт устанавливает принципы консолидации и представляет руководство по измерению неконтролирующих долей участия, потенциальных прав голоса и порядку учета при потере контроля.

МСФО 10 применяется ко всем материнским предприятиям, которые должны представлять консолидированную финансовую отчетность, за исключением планов вознаграждений по окончании трудовой деятельности или иных долгосрочных вознаграждений работникам, к которым применяется МСФО (IAS) 19 (МСФО (IFRS) 10.

Согласно стандарту материнские предприятия освобождаются от

подготовки консолидированной отчетности, если:

- материнское предприятие само является дочерним предприятием, находящимся в полной или частичной собственности другого предприятия, и все его собственники не возражают против отсутствия консолидации;
- долговые и долевые инструменты материнского предприятия не обращаются на открытом рынке;
- материнское предприятие не представляло и не находится в процессе представления своей финансовой отчетности в целях выпуска инструментов на открытый рынок;
- конечное или любое промежуточное материнское предприятие указанного материнского предприятия представляет консолидированную финансовую отчетность, доступную для открытого пользования, которая подготовлена в соответствии с МСФО.

Контроль существует, только если инвестор обладает следующими тремя элементами контроля (рисунок 1):

а. полномочиями в отношении объекта инвестиций;

б. подвергается рискам, связанным с переменным доходом от участия в объекте инвестиций, или имеет право на получение такого дохода;

в. имеет возможность использовать свои полномочия в отношении объекта инвестиций с целью оказания влияния на величину дохода инвестора.

Данные критерии должны соблюдаться одновременно.

Повторная оценка наличия контроля необходима, если факты и обстоятельства указывают на изменение любого из элементов контроля.

Согласно «экономической» трактовке контроля, компания может быть классифицирована в качестве дочерней и при отсутствии владения в ней большинством голосующих акций. Основополагающими факторами наличия «фактического» / «экономического» контроля являются: содержание, сущность и целенаправленность получения выгоды от приобретения полномочий над потенциальной дочерней компанией. Посредством анализа принципов-критериев наличия контроля, содержащихся в МСФО (IFRS) 10, и при применении

профессионального суждения, составитель современной консолидированной отчетности по МСФО определяет «фактический контроль» и периметр группы.

Критерии, введенные в МСФО (IFRS) 10 служат некоторой опорой, основанием для определения наличия фактического контроля. Профессиональное суждение является неотъемлемым (в большинстве случаев) завершающим шагом при принятии решения о консолидации.

Определение наличия контроля материнской компании над объектом инвестиций - один из тех вопросов, который требует вынесения существенного профессионального суждения. Более того, концепция «фактического» контроля подразумевает не консолидацию объекта инвестиций с долей владения в нем более половины голосующих акций при отсутствии реальных (экономических) прав материнской компании управлять значимой деятельностью.

Суть применения концепции «фактического контроля» сводится к отражению результата «фактической/экономической» группы компаний. Критерии, введенные в МСФО (IFRS) 10 служат опорой и основанием для определения наличия фактического контроля. Профессиональное суждение является неотъемлемым (в большинстве случаев) завершающим шагом при принятии решения о консолидации.

Литература

1. Бобоев М.У. Управленческие аспекты учета в легкой промышленности. – Душанбе: «Ирфон», 2014. -176 с.

2. Международные стандарты финансовой отчетности, том 1 с МСФО (IAS) 1 по МСФО (IAS) 27. – Душанбе, Минфин РТ, 2009. – 185с.

3. Международные стандарты финансовой отчетности, том 2 с МСФО (IAS) 28 по МСФО (IAS) 41, МСФО (IFRS) 1 по МСФО (IFRS) 7. – Душанбе, Минфин РТ, 2009. – 323с.

4. Новые МСФО по консолидации и оценке справедливой стоимости / Ernst & Young LLP // пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2013.

5. Пятов, М.Л., Смирнова, И.Н. Переход к МСФО: профессиональное суждение и профессиональная этика бухгалтера / М.Л. Пятов, И.Н. Смирнова // Финансы и бизнес. – 2010. № 3. – с. 144-152.

6. Официальный сайт Financial Accounting Standards Board - [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://www.fasb.org.

УДК 657

Каримова М.Р., магистрант
Таджикский Государственный Университет
право, бизнеса и политики

ОСОБЕННОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ УЧЕТА ОСНОВНЫХ СРЕДСТВ В СООТВЕТСТВИИ С МСФО

Процесс интеграции системы бухгалтерского учета Республики Таджикистан в мировую хозяйствующую систему, в качестве ее органической составляющей, обусловливает необходимость построения отечественной системы бухгалтерского учета и отчетности, отвечающей принципам и требованиям международных стандартов финансовой отчетности, что соответствует потребностям рыночной экономики. Этот процесс предопределяет необходимость переосмысления критериев формирования учетной и отчетной информации, более четкого определения элементов финансовой отчетности, установления взаимосвязи между ними, а также порядка их признания и оценки.

Произошедшее изменение экономических отношений, а также гражданско-правовой среды в Республике Таджикистан, появление новых заинтересованных пользователей информации и их требований к качеству отчетности, вызвало необходимость изменения содержания элементов системы бухгалтерского учета и их соответствия требованиям Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО).

МСФО позволяют формировать и предоставлять заинтересованным пользователям полную, достоверную и сопоставимую информацию об имущественном положении и результатах хозяйственной деятельности организации. Основные средства, как правило, составляют существенную долю в активах организации и наиболее наглядно характеризуют ее имущественное положение, а также перспективы получения экономических выгод в последующие отчетные периоды. Учет указанных активов представляет собой наиболее трудоемкий процесс.

Рассмотрим вопросы организации бухгалтерского учета основных средств в соответствии с требованиями МСФО.

В международном бухгалтерском учете порядок организации и ведения учета основных средств установлен МСФО 16 «Основные средства». Цель настоящего стандарта состоит в определении порядка учета основных средств с тем, чтобы пользователи финансовой отчетности могли получать информацию об инвестициях предприятия в основные средства и об изменениях в составе таких инвестиций.[1, с.147]

Стандарт МСФО (IAS) 16 «Основные средства» вводит следующие

критерии отнесения материальных объектов к основным средствам: их использование организацией для производства и (или) поставки товаров и услуг, для сдачи в аренду другим организациям или для административных целей и предполагаемый срок использования должен превышать один год.

Таким образом, можно однозначно установить признаки, характерные для данного вида активов, а именно:

- материальная сущность (в этом их отличие от нематериальных активов);
- закрытый специфический перечень способов использования (в этом их отличие от инвестиционного имущества и запасов);
- долгосрочный характер использования (в этом их отличие от запасов).

Классификация активов в качестве основных средств производится в момент их признания. При этом основным критерием является способ получения доходов от использования активов. Затраты на приобретение (создание) основного средства признаются в качестве актива при выполнении следующих условий: поступление в организацию будущих экономических выгод, связанных с объектом, является вероятным и себестоимость объекта может быть надежно измерена.

Означенные критерии являются необходимыми и должны выполняться одновременно. При несоблюдении любого из них актив не признается и затраты относятся на текущие расходы.

Необходимо обратить внимание, что МСФО 16 также содержит дополнительный косвенный критерий классификации, который дает возможность организациям не признавать основными средствами активы, формально соответствующие определению основных средств, на основании их незначительности. При этом стандарт не содержит количественного критерия в отношении первоначальной стоимости основных средств, а включает в себя качественные характеристики. Это дает организациям право самостоятельно принимать решение относительно включения произведенных затрат в состав основных средств или запасов. Для классификации актива его стоимость, безусловно, играет важную роль. При этом объекты, формально отвечающие признакам основного средства, но имеющие незначительную стоимость, не имеет смысла включать в состав внеоборотных активов. Информативность показателей отчетности от этого существенно не пострадает.

При определении исчерпывающего перечня объектов основных средств организации особое внимание должно быть обращено на наличие:

- сложных объектов основных средств. К таким объектам может быть отнесен, например, объект недвижимости, представляющий собой совокупность объектов основных средств, имеющих различные сроки полезной службы (например, производственное здание с системами кондиционирования, вентиляции, отопления). Указанные инженерные системы являются самостоятельными объектами, срок полезной службы которых существенно отличается от срока полезной службы самого здания как объекта недвижимости; [2;с.983]
- объектов незавершенного строительства;
- материальных объектов непроизводственного назначения.

Формирование первоначальной стоимости (себестоимости) основных средств связано с определением состава осуществленных затрат и их оценкой. Для определения состава затрат, включаемых в первоначальную стоимость основных средств, используются два основных критерия: непосредственная связь затрат с получением актива и необходимость произведения затрат для получения актива. Указанные критерии являются качественными, их применение носит субъективный характер и основано на профессиональном суждении.

Согласно п. 16 МСФО 16 первоначальная стоимость объекта основных средств включает в том числе:

- покупную цену, включая связанные с покупкой импортные пошлины и невозмещаемые налоги, за вычетом торговых скидок и возмещений;
- любые затраты, прямо связанные с доставкой актива в нужное место и приведением в состояние, обеспечивающее его функционирование в соответствии с намерениями руководства организации.

МСФО 16 предусматривает возможность учета основных средств (их последующей оценки) по переоцененной стоимости, равной справедливой стоимости актива на дату переоценки, за вычетом любой накопленной впоследствии амортизации и любых накопленных впоследствии убытков от обесценения.

Переоценка должна производиться с достаточной регулярностью во избежание существенного отличия балансовой стоимости актива от той, которая определяется при использовании справедливой стоимости на отчетную дату. Частота проведения переоценок зависит от изменений в справедливой стоимости основных средств, что является, в том числе, результатом воздействия внешних экономических факторов и внутренних условий хозяйствования.

Определение величины амортизационных отчислений - Для

правильного отражения в отчетности информации о величине амортизационных отчислений особое внимание должно быть обращено на следующее:

- определение перечня объектов для начисления амортизации;
- определение их амортизируемой стоимости;
- определение срока полезной службы;
- выбор метода начисления амортизации. [3, с.180]

В МСФО 16 представлены три метода начисления амортизации: линейный, уменьшаемого остатка и производственный. Необходимо отметить, что указанный перечень методов амортизации не является закрытым. Наиболее распространенным методом является линейный метод.

Таким образом, МСФО 16 строго не регламентирует сроки начала и прекращения начисления амортизации. Амортизация актива начинается с момента готовности его к эксплуатации и прекращается с прекращением его признания. В случае простоя актива начисление амортизации не прекращается. Стандарт также не дает конкретных рекомендаций по начислению амортизации в случае приобретения (выбытия) актива в середине отчетного периода.

Список используемый литературы

1. Агеева О.А. Международные стандарты финансовой отчетности: Учеб. Пособие. – М.: Изд-во «Бухгалтерский учет», 2008. С. – 147
2. Талкатов Ж.С. Бухгалтерский учёт: Учебник для вузов. – Караганда, ОАО «Карагандийская Полиграфия», 2004. -983с
3. Валицкий С.В., Голубова О.С., Пособие по курсу «Бухгалтерский учет», -М.:2009

УДК 330

Каримова М.Х., магистрант
Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики

МЕТОДИКА ФОРМИРОВАНИЯ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН

Завершением учетного процесса является формирование отчетности организации, необходимой как для целей внутреннего пользования, так

и для представления внешним пользователям.

Согласно Концепции Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО), цель финансовой отчетности состоит в представлении информации о финансовом положении, результатах деятельности и изменениях в финансовом положении компании.[24]

Характеристиками финансового положения являются текущая платежеспособность и ликвидность, деловая активность, досрочная платежеспособность, финансовая структура и доходность.[25]

Главная роль в организации всеобъемлющего контроля за деятельностью банков принадлежит бухгалтерскому учету, средствами которого возможно зафиксировать финансовые и хозяйственные операции банков и аргументировано подтвердить их законность, корректность и своевременность.

В соответствии с законодательством Республики Таджикистан в отчетности, представляемой банками, должны обеспечиваться:

- полнота отражения за отчетный период всех банковских операций и результатов инвентаризации имущества и обязательств;
- тождество данных аналитического учета данным синтетического учета за отчетный период, а также показателей бухгалтерской отчетности данным синтетического и аналитического учета[26].

Отчетным годом для всех предприятий является календарный год с 1 января по 31 декабря включительно. Все предприятия представляют годовую бухгалтерскую отчетность в соответствии с учредительными документами учредителям, участникам предприятий или собственникам имущества[27].

Финансовая отчетность призвана решать следующие задачи:

- предоставлять понятную, полезную, достоверную существенную для всех пользователей информацию;
- предоставлять информацию, помогающую пользователям судить о суммах, времени, и рисках, связанных с ожидаемыми доходами;
- предоставлять информацию об экономических ресурсах, обязательствах, составе капитала и его источников.

Финансовая отчетность составляется с целью представления

---

[24] Финансовый учет: Учебное пособие. Душанбе, ОИПБА РТ, 2010 – 354с. стр 12.

[25] Закон РТ «О бухгалтерском учете» №702 от 25.03.2011. статья 5.

[26] Правила организации бухгалтерского учета и отчетности в банках РТ, НБТ, 2007г №27.

[27] Закон РТ «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» № 702 от 25.03.2011 ст 18.

широкому кругу пользователей информации о природе деятельности организации, о наличии оборотных и внеоборотных активов, о результатах финансово- хозяйственной деятельности и об изменении финансового состояния. Банк ведет учетные книги и документацию, соблюдает правила и систему учета, в том числе полный ежедневный учет доходов и расходов[28].

Основными объектами аналитического учета в коммерческих банках являются лицевые счета. Записи об открытии и о закрытии лицевых счетов вносятся в Книгу регистрации открытых счетов, которая ведется на бумажном носителе, либо, если это предусмотрено учетной политикой кредитной организации, в электронном виде.

При ведении Книги регистрации открытых счетов на бумажном носителе для каждого номера и наименования счета второго порядка открываются отдельные листы. Книга регистрации открытых счетов до внесения в нее записей об открытии и о закрытии лицевых счетов пронумеровывается, прошнуровывается, на оборотной стороне последнего листа скрепляется печатью кредитной организации, подписывается руководителем и главным бухгалтером.

Синтетический учет представлен в первую очередь следующими документами: ежедневная оборотная ведомость; ежедневный баланс; отчет о прибылях и убытках; ведомость оборотов по отражению событий после отчетной даты.

Для своевременной и качественной подготовки отчетности необходимо провести определенную подготовительную работу.

Основные этапы этой работы следующие.

1. Сличить остатки на счетах аналитического и синтетического учета.
2. Провести инвентаризацию всех учитываемых на балансовых и внебалансовых счетах
3. Начислить и отразить на счетах баланса проценты за декабрь отчетного года.
4. Подготовить для клиентов выписки по счетам на 1 января отчетного года и получить от клиентов подтверждение остатков.
5. На основе выписок из Национального банка Таджикистана сверить на 1 января остатки по счетам банка. Расхождения не допускаются.
6. Начислить и отразить в балансе резервы на возможные потери по кредитной деятельности, под обесценение ценных бумаг и прочие потери.

---

[28] Закон «О банковской деятельности» №524 от 19.05.2009 статья 42

7. Начислить и отразить в балансе все причитающиеся до конца года налоги и сборы.

8. Погасить убытки прошлых лет, создать за счет чистой прибыли предусмотренные резервные фонды.

9. Включить в годовой отчет отчеты филиалов, отделений, представительств.

10. В пояснительной записке к отчету отражаются результаты инвентаризации имущества и счетов клиентов..[29]

Каждая кредитная организация должна обязать одного ответственного сотрудника для полного, достоверного и своевременного предоставления отчёта в Национальный банк. Этот ответственный сотрудник также является контактным лицом с Национальным банком Таджикистана по всем вопросам, касающимся сведений отражённых в отчёте.

Отчёт должен представляться в письменной и электронной формах в установленный срок в Национальный банк Таджикистана.

Отчёт должен предоставляться следующим образом:

- ежедекадный отчёт должен предоставляться в течении 6-и календарных дней после отчётного периода;

- ежемесячный отчёт должен предоставляться в течение 12-и календарных дней после отчётного периода;

- электронную форму отчёта следует предоставить в Департамент банковского надзора Национального банка Таджикистана за один день до отчётного дня в установленном порядке;

- письменный отчёт следует предоставить в Департамент банковского надзора Национального банка Таджикистана с 8:00 до 12:00 отчетного дня.

Если выявлены ошибки в отчётах, они возвращаются обратно кредитной организации для поправки и их следует представить в Национальный банк Таджикистана в следующие сроки:

4. ежедекадный отчёт – 2 рабочих дня;
5. ежемесячный отчёт – 3 рабочих дня;
6. годовой отчёт – 5 рабочих дня.

В случае не исправления недостатков в сроки по отношению к кредитным организациям будут приняты меры воздействия.

Кредитная организация в соответствии с Законами Республики Таджикистан привлекается к ответственности за несвоевременное и

---

[29]Воробьева И.П. Бухгалтерский учет и отчетность в коммерческих банках / под ред.А.А. Земцова. – Томск: Издательский Дом ТГУ, 2014. – 182 с.

недостоверное предоставление отчетных данных. Копии отчётности вместе с аудиторскими заключениями должны быть представлены в Национальный банк Таджикистана после завершения внешнего аудита.[30]

Годовая отчетность коммерческого банка подлежит аудиторской проверке. После проверки годовая отчетность публикуется в периодической печати.

Список литературы

1. Закон Республики Таджикистан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» №702 от 25.03.2011 ст.18.
2. Правила организации бухгалтерского учета и отчетности в банках РТ, НБТ, 2007г №27.
3. Порядок подготовки и представления финансовых отчётов кредитных организаций. Постановление Правления Национального банка Таджикистана от 22.10. 2015 г., №220
4. Финансовый учет: Учебное пособие. Душанбе, ОИПБА РТ, 2010 – 354с. стр 12.
5. Воробьева И.П. Бухгалтерский учет и отчетность в коммерческих банках / под ред.А.А. Земцова. – Томск: Издательский Дом ТГУ, 2014.

УДК 330

Кліванська А.С., студентка-магістрант,
Державний університет "Житомирська політехніка"

ПРОБЛЕМНІ ПИТАННЯ В СФЕРІ КРИПТОВАЛЮТНИХ ОПЕРАЦІЙ

Криптовалюта. Слово, яке у всіх на слуху. Та чи правильно розуміємо ми суть цього поняття? Які теоретичні та практичні аспекти спостерігаємо сьогодні на ринку електронних грошей? На нашу думку, оскільки криптовалюта є дійсно зручним платіжним засобом у системі електронних розрахунків, варто розглянути процедуру використання криптовалют в Україні та відображення цього процесу в бухгалтерському обліку.

[30] Порядок подготовки и представления финансовых отчётов кредитных организаций. Постановление Правления Национального банка Таджикистана от 22.10. 2015 г., №220

Криптовалюта в Україні не має ніякого правового статусу [1]. Ще у 2014 році представники Національного банку України визначили, що фізичні та юридичні особи не мають права використовувати криптовалюту як засіб платежу. Влітку 2017 року Національний банк України уточнив, що в Україні немає прямої заборони використання, тобто фактично суб'єкти підприємницької діяльності можуть використовувати криптовалюту у своїх розрахунках, але це однаково не надає їм статусу законного платежу. Нині ведеться розробка Проекту Закону «Про обіг криптовалюти в Україні». Відповідно до положень Проекту, криптовалютою вважається програмний код (тобто сукупність символів, цифр та букв), який є визначеним об'єктом права власності, може виступати в ролі засобу міни. Інформація про криптовалюту відповідно до положень Проекту записується та зберігається в системі блокчейн у вигляді визначеного програмного коду. Якщо Проект буде прийнято, то відбуватиметься державне управління в особі Національного банку України.

Також цим Проектом Закону визначаються державні гарантії та зобов'язання щодо офіційного використання різних видів криптовалют на території України; офіційний порядок проведення криптовалютних операцій, створення та регулювання біржі криптовалют, де будуть відбуватися всі операції з ними; регламентований контроль за всіма електронними транзакціями; ідентифікацію суб'єктів, які пов'язані з операціями за участі криптовалют. Хоча криптовалюта і має певні проблеми з правовим статусом та державним регулюванням, за версією порталу «Prosto Coin» Україна входить до п'ятірки країн, які активно використовують криптовалюту як засіб платежу [2]. Так, в Україні налічується близько 80 установ, що приймають криптовалюту. Але проаналізувавши всю інформацію, ми визначили, що багато українських закладів, після різкого підвищення-спаду курсу у грудні-січні 2017-2018 р. відмовились від біткоіну.

Як приклад, перші компанії, які заявили, що будуть використовувати біткоін на ринку і дійсно використовували їх певний час, а саме: «Цитрус» (магазин техніки та гаджетів), «Модний магазин» (Магазин одягу, техніки та товарів для будинку), «Мама Мія» (піцерія), «WOG» (Всеукраїнська мережа заправок) уже взимку 2018 року відмовились від цифрової валюти і повернулись до паперових та електронних грошей. Першою українською незалежною криптовалютою став Карбованець (Ukrainian Karbowanec або KRB). Нещодавно в Україні з'явилася ще одна криптовалюта під назвою BitGrivna. BitGrivna – електронні гроші, які використовуються як альтернативна або додаткова валюта, з безпрецедентним рівнем безпеки. Ще одним українським прогресом у розвитку криптовалюти є проект запровадження PrivatCoins.

Враховуючи поширеність криптовалюти в Україні: як власних розробок, так і підприємств, які застосовують її, необхідним є її правильне відображення в обліку. Основні бухгалтерські проведення з обліку криптовалюти наведені в таблиці 1.

Таблиця 1.

Бухгалтерські проведення з обліку криптовалюти [3]

Зміст господарської операції	**Д-т**	**К-т**
Створення криптовалюти підприємством		
Амортизація основних засобів, задіяних у створенні криптовалюти	154	134
Розрахунки з вітчизняними постачальниками, в т. ч. електроенергія	154	631
Оренда приміщення	154	631
Оплата Інтернету	154	631
Відображено податковий кредит з ПДВ	644	631
Розрахунки за заробітною платою	154	661
За розрахунками із ЄСВ	154	651
Введення в експлуатацію	12	154
Переоцінка криптовалюти підприємством		
Відображено дооцінку криптовалюти (визнано доходи)	12	74
Відображено дооцінку суми накопиченої амортизації	12	133
Відображено уцінку криптовалюти (визнано витрати)	97	12
Відображено уцінку суми накопиченої амортизації	133	12
Придбання криптовалюти підприємством		
Отримано криптовалюту	154	632
Перераховано оплату за криптовалюту	632	312
Відображено курсову різницю	974	632
Обмін криптовалюти		
Списано суму накопиченої амортизації криптовалюти	133	12
Об’єкт криптовалюти визнано утримуваним для продажу	286	12
Об’єкт криптовалюти передано агенту	362	712
Списано балансову вартість криптовалюти	286	943
Надійшли грошові кошти по операції з обміну криптовалюти від агента	312	362

Отже, криптовалюту в системі сучасних світових транзакцій можна вважати «віртуальним золотом», інструментом стабільного сервісу глобальних платежів. Її висока капіталізація стрімко збільшує кількість користувачів. І в Україні держава має визнати криптовалюту як потужне джерело інвестиційного ресурсу, зростання доходів та зайнятості завдяки мережевому маркетингу, внісши його до національного реєстру платіжних систем, разом з тим надати методологічні рекомендації щодо обліку криптовалюти. Також треба проводити таке державне регулювання, щоб мінімізувати ризик шахрайства, тобто створення несправжній криптовалют.

Список використаних джерел:

1. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні: Закон України від 5 квітня 2001 року. Відомості Верховної Ради України. 2001. № 29. Ст. 137.

2. Что можно купить за биткоин в Украине. Prosto Coin. URL: https://prostocoin.com/country/ukraine

3. Як вести облік біткойнів у бухгалтерії: приклад реального бізнесу. Бухгалтер 911. URL: https://buhgalter911. com/news/news-1040088.html

УДК 657

Козяр С. Л., магістрант, гр. ЗОО-18-2м, ФБСО
Науковий керівник: Остапчук Т. П., к.е.н., доц.,
доцент кафедри обліку і аудиту
Державний університет «Житомирська політехніка»

НОРМАТИВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ЗЕМЕЛЬНИХ ДІЛЯНОК СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Аналіз наукової літератури з вказаних питань дозволяє стверджувати про необхідність розробки спеціальних науково-методологічних засад вдосконалення правового режиму земель сільськогосподарського призначення, якісно нових методів правового регулювання, вдосконалення системи управління земельними ресурсами сільськогосподарського призначення на сучасному етапі розвитку нашої держави.

Переважна більшість наукових праць присвячених проблемам використання земель належать представникам радянського періоду, тому вони не відображають повною мірою сучасних проблем

використання земельних ресурсів. У вітчизняній правовій літературі практично відсутні комплексні наукові (як теоретичні, так і прикладні) дослідження проблем використання земель населених пунктів, які б ґрунтувалися на новітньому законодавстві [1].

Першочергово до уваги науковців та практиків беруться діючі Кодекси та Закони України, які регулюють питання права власності на землі сільськогосподарського призначення, його захист а також визначають землю, як основне національне багатство, регулюють порядок та величину нарахування плати за використання земельних ділянок, правові засади проведення оцінки земель тощо. Велика увага приділяється розпорядженням та указам Президента України, постановам Кабінету Міністрів України, що формують наступний нормативно-правовий рівень та удосконалюють і доповнюють правове регулювання обліку господарських операцій із земельними ділянками.

Не менш важливе значення мають Положення (стандарти) бухгалтерського обліку та інші нормативно-правові документи з бухгалтерського обліку та фінансової звітності, а також Міжнародні стандарти фінансової звітності, які уточнюють та конкретизують вимоги до ведення обліку земельних ділянок, відображення їх на рахунках бухгалтерського обліку та проведення відповідних господарських операцій [1]. Більш детально розглянемо систему нормативно-правового регулювання земельних ділянок та її вплив на облікове забезпечення на основі додатку

Отже, спробуємо упорядкувати основні нормативні акти відповідно до рівнів їх регулювання

Важливо зауважити, що проблематичною є неузгодженість системи земельного законодавства. Невпорядкованість нормативного правового матеріалу в галузі земельних відносин відіграє негативну роль і в правотворчому процесі.

Тому виникає необхідність використання різноманітних способів систематизації, які дозволять своєчасно виявити і заповнити прогалини в чинному земельному законодавстві. Особливої уваги потребує також упорядкування понятійного апарату, що використовується в законодавстві. Це пов’язано з введенням у законодавчі акти значної кількості нових понять та їх визначень.

Формування системи термінів і понять, закріплених в земельному законодавстві, надзвичайно важливе, оскільки непоодинокими є випадки різного формулювання одних і тих же термінів в різних нормативно-правових актах, крім того поняття, що вживаються в законах, не завжди правильно деталізуються в підзаконних нормативно-правових актах.

На основі проведених досліджень можна зробити висновок, що для усунення наявних недоліків сучасного земельного законодавства потрібна його систематизації, тобто діяльність, спрямована на впорядкуванню масиву нормативно-правових актів, приведенню їх в єдину та узгоджену систему[3].

Серед розглянутих актів, що спеціалізуються саме на нормативному регулюванні земель сільськогосподарського призначення лише закони України та накази, рекомендації міністерств та відомств, що представляють 2-4 рівні нормативного регулювання основними питаннями, що регламентуються є землекористування в частині його суб'єктів та ефективності проведення. При цьому майже відсутні акти, що спрямовані на узгодження питань аналізу використання та контролю за наявними земельними ділянками, тому детальніше дослідимо дане питання.

Передбачений Земельним кодексом України механізм паювання сільськогосподарських земель був дуже недосконалим і на практиці майже не застосовувався. Саме тому початок паювання земель в Україні цілком справедливо пов'язують з прийняттям Президентом України в середині 90-х років двох указів - «Про прискорення земельної реформи» та «Про порядок паювання земель, переданих у колективну власність сільськогосподарським підприємствам і організаціям» від 8 серпня 1995 р. № 720/95 (далі - Указ про паювання земель)[3].

З набранням чинності вищезгаданими указами паювання земель набуло таких рис. По-перше, в указах Президента України чітко визначено, що при паюванні сільськогосподарських земель КСП та інших сільськогосподарських підприємств право на земельну частку (пай) мають тільки члени сільськогосподарського підприємства, землі якого паюються. Працівники соціальної сфери села та інші громадяни, що мешкають у сільській місцевості, такого права не мають. По-друге, розмір земельної частки (паю) обчислювали комісії, утворені сільськогосподарськими підприємствами з числа їх членів, і затверджувала районна та міська державна адміністрація. На відміну від середньої земельної частки, єдиний розмір якої встановлюється для всіх сільськогосподарських підприємств на території сільської (селищної) ради, розмір земельної частки (паю) є єдиним (рівним) тільки для членів сільськогосподарського підприємства, для якого він обчислений. По-третє, обчислений комісією господарства та затверджений районною та міська державною адміністрацією розмір земельної частки (паю) є постійним (незмінним). Він може бути змінений лише після скасування паювання земель господарства і проведення повторного паювання, а також при уточненні списку членів господарства, які мають право на земельний пай. По-четверте, член господарства, якому надана земельна

частка (пай), отримував також державний документ, що посвідчує право на таку частку, - сертифікат на право на земельну частку (пай). Більше того, в сертифікаті зазначаються розмір частки в умовних кадастрових гектарах та вартість у грошовому вираженні. По-п'яте, особа, яка отримала сертифікат на право на земельну частку (пай), має чітко визначене в зазначених указах Президента України право на розпорядження нею шляхом продажу, дарування, міни, застави, передачі в спадщину, а також шляхом виділення земельної частки (паю) в натурі у вигляді земельної ділянки [2].

Таким чином, земельна частка (пай) являє собою умовну частку сільськогосподарських земель, розмір якої визначений як середній по господарству в умовних кадастрових гектарах. На відміну від земельної ділянки, яка має чітко визначені межі й розмір у фізичних гектарах, місцезнаходження та межі земельної частки (паю) є невизначеними. Слід відзначити, що Земельний кодекс України від 25 жовтня 2001 р. № 2768-III ввів новий вид земельної частки (паю). Така частка надається громадянам не з земель колишніх КСП, а з земель державних і комунальних сільськогосподарських підприємств при їх приватизації. Правовий режим земельної частки (паю), на яку мають право працівники державних і комунальних сільськогосподарських підприємств, установ і організацій, істотно відрізняється від правового режиму земельної частки (паю), яку отримали члени колективних та інших сільськогосподарських підприємств, що володіли землею на праві колективної власності[2].

Список використаної літератури:

1. Закон України «Про охорону земель» від 19 червня 2003 р. № 962- IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua

2. Земельний кодекс України: за станом на 25 жовтня 2001 р. № 2768-III [2768-14] [Електронний ресурс]: Законодавство України. – Режим доступу: http://www.ecoleague. net/ 5623003-167-1284.html.

3. Пестушко В.Ю., Сасихов В.О., Уварова Г.Є Короткий словник географічних термінів і понять 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://geoknigi.com/book_view.php?id=346

УДК 657

Котляр Т.П., магістрант
Мельник Н.В., магістрант
Науковий керівник: Хоменко Г.Ю., к.е.н.,
доцент кафедри обліку і аудиту
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ І ОПОДАТКУВАННЯ В ІНТЕРНЕТ-ТОРГІВЛІ

На сьогодні продаж товарів в Інтернеті – найбільш швидко зростаючий канал розповсюдження товарів серед споживачів у всьому світі. З точки зору оподаткування, продаж товарів через Інтернет відрізняється від продажу товарів у традиційній формі.

Можливість придбання товарів у мережі Інтернет є досить привабливою для споживачів, оскільки це економить їх час, зокрема, розвиток електронної торгівлі дозволяє встановити спеціальні програми на телефони та планшети, часто представляє товар із можливістю встановлення фільтрів – за ціною, фірмою виробника тощо. Крім того, містить інформацію про товар, детальні характеристики, фото- та відеоматеріали, надає можливість зв'язатися з оператором у разі виникнення питань; сучасні технології дозволяють покупцеві відстежувати рух товару, що значно спрощує контроль виконання зобов'язання продавцем. Для виробників здійснення торгівлі в мережі Інтернет надає багато переваг, оскільки отримується найцінніший ресурс – інформація, а також такі відносини сприяють інтеграції між учасниками, дозволяють економити час і грошові кошти. У результаті правильної організації господарської діяльності підвищується ефективність та прибутковість діяльності. Розвиток Інтернет-торгівлі характеризується також постійно діючими акціями, бонусами та картами постійних клієнтів із відповідними додатковими перевагами, можливістю повернення товару у випадку невідповідності з представленим на сайті або з іншими очікуваннями споживача. Такий вид покупок значною мірою зменшує витрати, а також значно заощаджує час [1, с. 798].

Продаж в Інтернеті – одна з форм продажу товарів, коли покупець здійснює покупку, розміщуючи замовлення на веб-сайті магазину. Найпопулярнішою формою продажу товарів є ситуація, коли продавець відправляє замовлені товари поштою або кур'єром, а вже після доставки товару покупцеві кур'єр (або працівник пошти) після отримання покупцем посилки приймає оплату за товар, яку він потім передає

продавцеві.

Іншою формою Інтернет-продажу є відвантаження товару після отримання часткової або повної оплати від покупця. У цьому випадку товари відвантажуються після того, як покупець перерахує всю або частину платежу за замовлений товар. Оплата товару може бути здійснена заздалегідь або у вигляді передоплати.

Основними проблемними питаннями на сьогодні, що стосуються продажу товарів через Інтернет, є: 1) особливості обліку витрат на створення та функціонування інтернет-магазину; 2) особливості обліку продажу товарів покупцям залежно від способів доставки та виду розрахунків; 3) необхідність застосування РРО під час продажу товарів через Інтернет; 4) особливості оподаткування продажу товарів через Інтернет (податок на прибуток, податок на доходи фізичних осіб, податок з доданої вартості).

Як зазначає О.В. Лега, до основних складників об'єкта бухгалтерського обліку електронної торгівлі належать витрати на створення сайтів і презентацію товару, оформлення електронних договорів, приймання замовлення, електронні платежі в різних формах, здійснення операцій щодо виконання замовлення і т. д. Усі зазначені господарські операції повинні бути зареєстровані у хронологічному порядку, підлягають обробці та відображенню на рахунках бухгалтерського обліку, що є підставою для складання фінансової звітності [2, с. 162].

Загалом, облік товарів в Інтернеті буде мати свою специфіку і залежати від таких аспектів:

1) форми оплати товарів через Інтернет:

- готівкою (використовується рахунок 30 «Готівка»),
- у безготівковій формі через банківський рахунок продавця (використовується рахунок 31 «Рахунки в банках»,
- через використання банківських платіжних карток (платіжний термінал, на сайті університету) (в такому разі використовується рахунок 33 «Інші кошти»),
- за електронні гроші (використовується рахунок 377 «Розрахунки з іншими дебіторами» та 31 «Рахунки в банках»),

2) варіанти доставки товару покупцю:

- поштою або іншою транспортною організацією,
- власною службою доставки через кур'єра,
- безпосередньо в офісі Інтернет-магазину.

Відповідно до перерахованих особливостей та форм здійснення оплати, а також варіантів отримання товару покупцем, облікове відображення продажу товарів через Інтернет буде мати свою

специфіку і певний алгоритм використання відповідних рахунків бухгалтерського обліку.

Що стосується особливостей оподаткування продажу товарів через Інтернет, то під час також продажу товарів податкове зобов'язання виникає при доставці товару або виконанні послуги. Однак, якщо платник податку отримує повністю або частину платежу наперед, тобто аванс, то податкове зобов'язання виникне після його отримання. На практиці виявляється, що у підприємців, які здійснюють інтернет-продаж товарів, виникають проблеми з правильним визначенням моменту виникнення податкового зобов'язання. Зокрема, це стосується ситуацій, коли товар відправляється кур'єром, а оплата здійснюється після отримання товару (наприклад, при доставці).

У разі якщо оплата за товар, доставлений кур'єром, відбувається при доставці після доставки товару замовнику, податкове зобов'язання виникає в день доставки товару кур'єру. Продавець зобов'язаний як дату продажу на рахунку-фактурі прийняти дату доставки товару кур'єру.

Якщо продавець зобов'язаний застосовувати РРО, то продаж товарів повинен фіксуватися при виникненні податкового зобов'язання. Тобто, у випадку оплати за доставку, в момент доставки товару кур'єру. Якщо оплата здійснюється до того, як посилка буде доставлена кур'єру – реєстрація повинна бути здійснена в момент отримання авансового платежу.

Окрім того, Інтернет-магазини залежно від вибраної системи оподаткування (спрощена система оподаткування, обліку, звітності чи загальна) можуть бути також платниками ПДВ (20%), податку на доходи фізичних осіб (18%), військового збору (1,5%) та інших податків [2, с. 162].

Таким чином, у процесі дослідження з'ясовано основні особливості торгівлі товарами через Інтернет, встановлено їх зв'язок з особливостями облікового відображення такої торгівлі та оподатковування таких операцій. Варто зазначити, що на сьогодні ще не достатньо врегульовані всі аспекти Інтернет-торгівлі, тому перспективами подальших досліджень є більш глибокий аналіз специфіки продажу товарів через Інтернет і систематизація таких особливостей у проекції на систему бухгалтерського обліку та специфіку оподаткування такої торгівлі в Україні.

Список використаної літератури:

1. Кужелюк А.В., Стаднюк Т.В. Інтернет-торгівля: здійснення та облік / А.В. Кужелюк, Т.В. Стаднюк // Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 9. С. 797-801.

2. Лега О.В. Інтернет-торгівля: облік і оподаткування / О.В. Лега // Причорноморські економічні студії. Серія: Бухгалтерський облік, аналіз та аудит. 2019. Вип. 43. С. 161-166.

УДК 658.15

Кошельок Г.В., к.е.н., доцент
кафедри економіки підприємства
та організації підприємницької діяльності
Одеський національний економічний університет

СУЧАСНІ МЕТОДИ АНАЛІЗУ ГРОШОВИХ ПОТОКІВ ПІДПРИЄМСТВА

Головна мета аналізу грошових потоків – виявити рівень достатності формування коштів, ефективності їх використання, а також збалансованості позитивного й від'ємного грошових потоків підприємства за обсягом і в часі. Аналіз грошових потоків проводиться на підприємстві загалом, за основними видами його господарської діяльності, за окремими структурними підрозділами чи центрами відповідальності [1, с. 65].

Бланк І.О. зазначає, що аналіз грошових потоків являє собою процес дослідження результативних показників їх формування на підприємстві з метою виявлення резервів щодо подальшого підвищення ефективності їх функціонування [2, с. 154-155].

Тому важливо визначити методи, за допомогою яких буде проводитися аналіз грошових потоків. Вивчення фінансово-економічної літератури надало можливість визначити основні методи, які використовуються під час проведенні економічного аналізу, фінансового аналізу, фінансового менеджменту.

На теперішній час у процесі планування та управління грошовими потоками використовується достатньо велика система прийомів та методів, без яких досягнення позитивних результатів неможливе. До основних методів необхідно віднести наступні: техніко-економічні розрахунки, економіко-статистичні, порівняння, балансовий метод, факторний аналіз [3, с. 18].

У теорії фінансового менеджменту, в залежності від використаних методів, розрізняють такі системи аналізу, що проводяться на підприємствах при дослідженні функціонування грошових потоків: горизонтальний фінансовий аналіз, вертикальний фінансовий аналіз, порівняльний фінансовий аналіз, аналіз фінансових коефіцієнтів,

інтегральний фінансовий аналіз [2, с. 155].

Але не достатня увага приділяється трендовому аналізу грошових потоків підприємства, тому зупинимося саме на ньому.

Н.О. Піскунова вказує, що первинними етапами аналізу грошових потоків виступають горизонтальний, вертикальний та коефіцієнтний аналіз. Трендовий аналіз ґрунтується на горизонтальному та вертикальному, є своєрідним логічним продовженням цих етапів аналізу, тому він є вторинним відносно інших етапів [4, с. 127]. Тому спочатку зупинимося на них.

За допомогою горизонтального аналізу можна порівняти грошові потоки, грошові кошти звітного періоду з попереднім періодом у відносному та абсолютному виразі. Але варто зазначити, що в умовах інфляції цінність горизонтального аналізу знижується.

При вертикальному аналізі розраховується питома вага окремих структурних складових грошових потоків підприємства.

Найчастіше використовують структурний аналіз грошових потоків за видами діяльності (операційної, інвестиційної, фінансової); за «центрами відповідальності» (центри витрат, центри доходів, центри прибутку, центри інвестицій); за елементами формування позитивного (негативного) грошових потоків.

Горизонтальний і вертикальний аналіз грошових потоків дозволяють ефективно досліджувати динаміку та структуру грошових потоків підприємства. Але дані види аналізу мають ряд негативних рис, а саме: при високому рівні інфляції відбувається викривлення даних фінансової звітності.

Більш наочно результати вертикального та горизонтального аналізу відображуються графічно за допомогою графіків, діаграм, гістограм.

Аналіз відносних показників або коефіцієнтний аналіз – розрахунок відношень між окремими позиціями звіту або позиціями різних форм звітності, визначення взаємозв'язків показників. Ці коефіцієнти мають важливе значення, оскільки, по-перше, дозволяють визначити те коло відомостей, яке є важливим для користувачів фінансової звітності з точки зору прийняття рішень, зв'язаних із визначенням рівня грошових потоків підприємства, по-друге, дають можливість глибше оцінити їх вплив на рівень фінансового стану підприємства.

В.М. Бороноса зазначає, що трендовий аналіз дозволяє визначити динаміку змін за основними статтями руху грошових коштів не тільки для аналізу відхилень від базових значень на довготривалому інтервалі, але й для покращення розрахункової бази, що забезпечує можливості використання відповідних статистичних методів прогнозування та планування грошових потоків [5, с. 195].

За допомогою тренда формуються можливі значення показників у майбутньому, відтак проводиться перспективний прогнозний аналіз. Лінії тренда дозволяють графічно відображати тенденції даних і прогнозувати їх зміни в подальшому. Використовуючи трендовий аналіз, можна продовжити лінію тренда в діаграмі за межі реальних даних для передбачення майбутніх значень. Лінія тренда у найбільшому ступені наближається до поданої на діаграмі залежності, якщо значення точності апроксимації даних на лінію тренда дорівнює або близьке до 1.

Таким чином, варто зазначити, що основними методами аналізу грошових потоків є традиційні методи аналізу. Але на думку автора, методи, які використовуються для аналізу грошових потоків, можуть бути доповнені:

1. Статистичними методами:

– відсотками, що можуть бути використані для характеристики питомої ваги грошових потоків структурних підрозділів у їх загальній сумі, рівня динаміки грошових потоків;

– графічним способом, який відіграє важливу роль при проведенні візуальної, оперативної, комплексної оцінки грошових потоків;

– коефіцієнтами кореляції, для оцінювання, синхронності, рівномірності, збалансованості, ризиків грошових потоків.

2. Балансовий метод використовується для визначення грошових коштів на кінець року.

3. Метод аналізу й обробки сценаріїв дозволяє проводити багатоваріантний ситуаційний аналіз системи економічної безпеки підприємництва на основі прогнозування ймовірних варіантів розвитку ситуації.

4. Методи багатофакторного аналізу використовуються для прогнозування грошових потоків, визначення ефективності управління грошовими потоками.

Список літератури

1. Куратник, П. Рух грошових коштів: складання звіту та аналіз. *Справочник экономиста.* 2010. № 6 (78). С. 60-67.

2. Бланк И. А. Управление денежными потоками. К. : Ника-Центр, Эльга, 2002. – 736 с.

3. Ігоніна К.А. Теоретичні аспекти планування грошових потоків підприємств. *Фінанси і кредит*. 2004. № 5 (35). С.17-21.

4. Піскунова Н. О. Удосконалення науково-методичного обґрунтування аналізу грошових потоків підприємств. *Економічний аналіз.* 2016. Том 25. № 2. С. 122-131.

5. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник / за заг. ред. В.

М. Бороноса. – Суми: Вид-во СумДУ, 2012. 539 с. URL: http://fin. fem. sumdu.edu.ua/uk/finman2012. Html (дата звернення: 20.10.2019).

УДК 657.6

Лайчук С.М., к.е.н.,
доцент кафедри обліку і аудиту,
Ковальчук О.Р., магістрант,
Державний університет «Житомирська політехніка»

ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ БУХГАЛТЕРСЬКОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Трансформаційні процеси, які відбуваються в економічному просторі нашої країни, стосуються не лише тенденцій у видах діяльності суб'єктів господарювання, а і способі контролю ведення бізнесу. Сферу бухгалтерського обліку зміни стороною не обійшли, про що свідчить стрімке застосування в діяльності організацій міжнародної практики управління та узагальнення результатів функціонування. Бухгалтерський облік як основоположне джерело інформації для оцінки та аналізу діяльності підприємства також потребує удосконалення для оперативності отримання даних та швидкості прийняття рішень. Досягти такої мети можливо завдяки ефективній та постійній системі контролю функціонування підприємства.

Контроль – це перевірка виконання господарських рішень із метою визначення їхньої законності, установлення причин порушення законодавства в діяльності підприємств і організацій [1]. Бухгалтерський контроль, у свою чергу, має забезпечувати виявлення прогалин у функціонуванні, досягнення стратегічних і тактичних цілей суб'єктів господарювання, оптимізацію витрат та використання матеріальних, технічних і фінансових ресурсів.

Оптимальна та ефективна система контролю забезпечується не окремими операціями та процедурами, а завдяки системному підходу до його організації на всіх рівнях підприємства. Досить часто керівники організацій нехтують впровадженням бухгалтерського контролю в діяльності, оскільки не розуміють основних завдань, які поставлені перед даною системою.

Виділяють такі основні завдання контролю: перевірка дотримання підприємствами правил використання коштів; виявлення та відвернення порушень фінансової дисципліни, фактів несплати податків і ліквідація

допущених недоліків; виявлення внутрішніх резервів підвищення ефективності виробництва; підвищення достовірності інформації бухгалтерського обліку та фінансової звітності [1].

Повноваженнями до здійснення бухгалтерського контролю на підприємстві можуть бути наділені працівники відділу внутрішнього контролю, головний бухгалтер, уповноважені керівництвом особи або контролери (які призначаються, як окрема посада без створення спеціального відділу) [2].

Виконання поставлених завдань контролю бухгалтерського обліку вимагає застосування ефективних методів та прийомів. У даний час виокремлюють такі основні методи контролю: арифметична перевірка правильності бухгалтерських записів (перерахування); перевірка правильності складання й наявності первинних документів; наявності дозволених підписів керівників підприємств; проведення інвентаризації розрахунків з покупцями й замовниками, постачальниками й підрядниками, з різними дебіторами й кредиторами; проведення планових і раптових інвентаризацій майна з метою встановлення відповідності даних бухгалтерського обліку фактичній їхній наявності; підтвердження реальності інформації із джерел інших організацій через письмові запити і одержання відповідей; аналіз динаміки господарських показників, виконання кошторисів, причин відхилення та їх винуватців [3].

На нашу думку, як теоретичні, так і практичні розробки з питання організації контролю бухгалтерського обліку на підприємстві потребують подальшого розвитку, а особливо на рівні суб'єктів господарювання. Такі удосконалення мають стосуватися визначення конкретних об'єктів контролю, зважаючи на особливості діяльності підприємства, суб'єктів його здійснення, методичної та технічної складової.

Список використаних джерел:

1. Кундря-Висоцька О. П. Організація бухгалтерського обліку / О. П. Кундря-Висоцька, О. В. Москаленко, М. О. Сулима. – Київ: УБС НБУ, 2015. – 336 с.

2. Букало Н. А. Вдосконалення бухгалтерського обліку і системи контролю на підприємстві [Електронний ресурс] / Н. А. Букало, К. Ю. Кальчук // Економіка і суспільство. – 2017. – Режим доступу до ресурсу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/219.pdf.

3. Бугай Н. О. Внутрішньогосподарський контроль як сегмент системи управління підприємством: сучасний стан та пріоритети розвитку / Н. О. Бугай. // Ефективна економіка. – 2016. – №10.

УДК 330

Матвієнко О.С., магістрант
Науковий керівник: Чижевська Л.В., д.е.н., проф.
Державний університет ДУ «Житомирська політехніка»

ФОП: ОБРАННЯ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ

Реєстрація фізичної особи-підприємця здійснюється відповідно до законодавчих норм, зокрема ЗУ "Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців та громадських формувань" від 15.05.2003 р. № 755-IV (далі – Закон № 755).Для реєстрації необхідно пройти декілька етапів. І один з найважливіших етапів – це обрання системи оподаткування.

Фізична особа-підприємець може обрати одну із нижче запропонованих систем оподаткування:

1.Загальна система оподаткування.

2. Спрощена система оподаткування (єдиний податок).

Загальна система оподаткування вигідніша тим підприємцям, які під час провадження своєї підприємницької діяльності мають значні витрати, адже на цій системі витрати враховуються при розрахунку бази оподаткування. Зазвичай це підприємці, які займаються виробничою діяльністю (придбаваючи сировину для виробництва) або торгівлею товарами, де на переважну частину витрат припадають собівартість продукції, витрати на транспортування, оплата праці тощо.

Спрощену систему оподаткування (єдиний податок) найчастіше обирають підприємці, які мають незначні витрати, адже особливістю такої системи оподаткування є визначення бази оподаткування без урахування витрат. Зазвичай це сфера послуг із незначною питомою вагою витрат або торгівля продукцією власного виробництва (без залучення сировини для її виробництва). Для спрощеної системи оподаткування (1–3 групи платників єдиного податку) є чимало обмежень як у частині видів діяльності, кількості найманих працівників, так і в частині граничного обсягу річного доходу.

Вибір між загальною системою та спрощеною залежить від видів діяльності, запланованого обсягу, бажаної бази оподаткування, бажаності реєстрації як платника ПДВ, очікуваних способів розрахунку. Для порівняння основних переваг цих систем наведена таблиця нижче.

В цілому спрощена система більш вигідна, коли:

- бізнес є високоприбутковим, тобто підприємець має низькі витрати. У такому випадку сплачується менше податку, ніж на загальній системі;

- виручка за рік порівняно невелика;

- підприємство користується земельними ділянками (є звільнення від плати за землю);

- основні споживачі послуг підприємства теж перебувають на спрощеній системі або це населення (це більше стосується 1-2 груп єдиного податку). У такому разі може бути й непотрібною реєстрація платником ПДВ;

- влаштовує обмеження по кількості працюючих (1-2 група) та обсягах доходу;

- немає потреби у здійсненні бартерних розрахунків.

Загальна	*Спрощена*
- ФОП має значні витрати, що можуть значно зменшити базу оподаткування й податок вийде меншим, ніж на спрощеній системі (можливо, наприклад, при значному використанні праці найманих працівників чи матеріалозатратному виробництві); - ФОП використовує в господарській діяльності основні засоби. На загальній системі дозволено до складу витрат включати амортизацію основних засобів і нематеріальних активів (крім автомобілів, житлової нерухомості, земельних ділянок); - ФОП має необхідність здійснювати бартерні розрахунки; - ФОП бажає займатися видом діяльності, який заборонний для спрощеної системи; - ФОП має виручку за рік більшу за 5 млн грн.	- ФОП проводить діяльність тільки на ринках, займається наданням послуг населенню, надає послуги тільки платникам ЄП (перевагою стає 1-2 група); - ФОП має незначні витрати та йому вигідніше сплатити 3(5)% з доходу; - ФОП не використовує основні засоби, а тому не може збільшити витрати за рахунок амортизації; - треба уникнути сплати земельного податку (на ЄП він не сплачується).

Загальна система оподаткування у низці випадків може мати перевагу перед спрощеною, так як податки сплачуються не з доходу, а з прибутку, який зменшується на існуючі витрати ФОП. У разі наявності у підприємця значних витрат вигіднішою стає саме загальна система, а не спрощена (єдиний податок). Також вона є єдиною можливою у випадках, коли у ФОП є:

1) заборонені для спрощеної системи види діяльності;

2) заборонені господарські операції (наприклад, бартерна форма розрахунку, діяльність у сфері аудиту, технічних досліджень, організація та проведення гастрольних заходів, брокерська діяльність).

Також можна сказати, що загальну систему часто вибирають ті підприємці, які тимчасово не планують займатися підприємницькою діяльністю, адже на загальній системі якщо немає прибутку — то немає і податків.

УДК 330

Мирзобой А., магистрант
Научный руководитель: Кузибаева Б., доцент
Таджикский государственный университет
права бизнеса и политики

ИСЧИСЛЕНИЕ ПОДОХОДНОГО НАЛОГА В БУХГАЛТЕРСКОМ УЧЕТЕ РЕСПУБЛИКИ ТАДЖИКИСТАН

Налоги используются всеми государствами как метод прямого влияния на бюджетные отношения и опосредованного (через систему льгот и санкций) воздействия на производителей товаров, услуг и работ. Через налоги достигается относительное равновесие между общественными потребностями и ресурсами, необходимыми для их удовлетворения, а также обеспечивается рациональное использование природных богатств, в частности путём введения штрафов и иных ограничений на распространение вредных производств.

С этих позиций налогообложение выполняет важнейшие функции, каждая из которых реализует практическое назначение налогов.

Принятие Налогового Кодекса Республики Таджикистан в сентябре 2012 года Маджилиси Оли Республики Таджикистан в корне изменило налоговую систему.

Посредством налогов государство решает экономические, социальные и многие другие общественные проблемы.

Подоходный налог является одним из прямых налогов. Подоходный налог платят физические лица. Физические лица делятся на резидентов и нерезидентов.

Физические лица считаются **резидентом** применительно по всему календарному году, если они действительно находились на территории Республики Таджикистан более 182 дней в течение любого последовательно следующего ,12- месячного периода, оканчивающегося в том календарном году, или находились в течении календарного года на государственной службе Республики Таджикистан.

Физическое лицо считается **нерезидентом** в Республике Таджикистан, за период последнего дня пребывания в данном налоговом году на территории Республики Таджикистан до конца, данного налогового года.

Объектом налогообложения подоходным налогом для резидента служит их налогооблагаемый доход, определяемый, как разница между валовым доходом за календарный год и вычетами, предусмотренными

Налоговым Кодексом Республики Таджикистан.

Налогоплательщик - нерезидент, осуществляющий деятельность на территории Республики Таджикистан через постоянные учреждения являются плательщиком - подоходного налога в отношении налогооблагаемого дохода, связанного с постоянным учреждением и определяемого, как разница между валовым доходом за календарный год из источников Республики Таджикистан и суммой вычетов, предусмотренных Налоговым Кодексом Республики Таджикистан.

Налогоплательщик - нерезидент, получающий из источников Республики Таджикистан доход от работы по найму или доход от продажи или передачи имущества является плательщиком подоходного налога с валового такого вида за календарный год, уменьшенного на сумму вычетов.

При исчислении облагаемого дохода выручка и другие поступления, а также понесённые затраты в иностранной валюте пересчитываются в сомони по официальному курсу Национального Банка Республики Таджикистан на день совершения операции.

К валовому доходу относятся следующие доходы:

4. доходы, полученные в виде заработной платы;
5. доходы от экономической деятельности, не являющиеся работой по найму;
6. любые другие доходы.

К заработной плате входят любые выплаты и выгоды, получаемые физическим лицом от работы по найму.

Стоимости выгоды, полученной физическим лицом от работы по найму также считается доходом. **Например:**

a. Организация закупила товар по цене 18 сомони и реализовала своим работникам по цене 15 сомони. В этом случае 3 сомони должно быть учтено валовом доходе работников и обложено подоходном налогом у источника выплаты.

b. Организация произвела ремонт квартиры своему работнику, за что он выплатил 2500 сомони, при фактической стоимости этого ремонта 4000 сомони. Разница 1500 сомони должна быть включена в валовой доход лица и обложена подоходным налогом.

Следующие доходы не включаются в валовой доход налогоплательщика:

- выплаты на представительские и другие подобные расходы на проведение торжеств, размещение гостей;
- возмещение командировочных расходов в соответствие с нормами установленными Министерством Финансов Республики Таджикистан;
- социальные взносы;

-дивиденды, полученные физическими лицами ранее обложенные у источника выплаты в Республике Таджикистан.

Следующие доходы от непредпринимательской деятельности физического лица представляют собой доход физического лица от деятельности, не относящейся к работе по найму:

- процентный доход;
- дивиденды;
- доход от сдачи в аренду (наем) имущества и (или) прирост стоимости от продажи имущества;
- роялти;
- сумма прощения долга налогоплательщика его кредитором[2].

К доходам физического лица от деятельности, не относящейся к работе по найму, также относится любая полученная им выгода и (или) другой доход, кроме дохода в виде заработной платы и (или) дохода от индивидуальной предпринимательской деятельности.

Из дохода физического лица–наемного работника допускается один, наибольший по размеру, личный вычет, установленный на основе подтверждающих документов в соответствии с частями 1 и 2 настоящей статьи. Личный вычет из дохода в соответствии с частями 1 и 2 настоящей статьи допускается по доходам, полученным только по одному (основному) месту работы работника. В случае физического лица, не являющегося наёмным работником и индивидуальным предпринимателем, личный вычет, установленный частями 1 или 2 настоящей статьи, допускается только по одному месту выплаты дохода, определяемому на основании поданного им заявления[2].

- Следующие физические лица имеют право на вычет за каждый месяц налогового года в пятидесятикратном размере не облагаемого минимума дохода;

Из дохода в виде заработной платы следующих категорий физических лиц–наёмных работников осуществляется личный вычет в размере 10 показателей для расчетов за каждый календарный месяц:

- героев Советского Союза, героев социалистического труда, героев Таджикистана, лиц, приравненных к участникам Великой Отечественной войны, участников других военных операций по защите Союза Советских Социалистических Республик из числа военнослужащих, проходивших службу в воинских частях, штабах и учреждениях, входивших в состав действующей армии, бывших партизан, воинов-интернационалистов, а также инвалидов с детства и инвалидов I и II групп;
- граждан, заболевших и перенесших лучевую болезнь, вызванную последствиями аварий на атомных объектах; принимавших участие в

работах по ликвидации последствий таких аварий в пределах зоны отчуждения; занятых в период ликвидации последствий аварий на эксплуатации или других работах на атомных объектах.

Учёт подоходного налога ведётся на пассивном балансовом счёте *«Расчёты с бюджетом»*, субсчёт «*Расчёты с бюджетом по подоходному налогу».* Удержание суммы налога относится в кредит счёта «Расчета с бюджетом», субсчёт *«Подоходный налог»* в корреспонденции с дебетом счёта «Расчеты с персоналом по оплате труда», по журналу - ордеру № 8.

При внесении удержанных сумм, внесенные суммы отражаются в дебете счёта «Расчеты с бюджетом», субсчёт *«Подоходный налог»* в корреспонденции с кредитом счёта «Касса» и счёта *«Расчётный счёт».*

Удержание налога с физических лиц производится по ставкам установленным в соответствии со статьей № 103 Налогового Кодекса Республики Таджикистан, с учётом права на личные вычеты, предоставляемые в соответствии со статьёй № 103[2] и освобождение в соответствие со статьёй № 104. От суммы доходов, получаемых физическим лицом в виде заработной платы по месту основной работы.

Таблица 1.

Налогооблагаемый доход физического лица–наемного работника по основному месту работы подлежит обложению подоходным налогом по следующим ставкам, если настоящей статьей не установлены иные требования:

№	Размер налогооблагаемого дохода (за месяц)	Сумма и ставка налога
1.	Не превышает размер личного вычета	Подоходным налогом не облагается
2.	Свыше размера личного вычета до 140 сомони	8 процентов суммы налогооблагаемого дохода, превышающей личный вычет
3.	Свыше 140 сомони	Сумма налога строки 2 плюс 13 процентов суммы налогооблагаемого дохода, превышающей 140 сомони

Источник. Налоговый Кодекс Республики Таджикистан, 2012.

Налогооблагаемый доход физического лица, не определенного частью 1 настоящей статьи, облагается налогом по ставке 13 процентов без применения вычетов, предусмотренных статьей 102 настоящего Кодекса, за исключением вычета по уплаченному социальному налогу для застрахованного лица.

Удержание налога с доходов физических лиц производится в соответствии с Налоговым Кодексом Республики Таджикистан. Аналитический учёт удержания подоходного налога отражается в учёте следующим образом:

- с начисленной суммы заработной платы и других доходов с каждого работника удержания налога производится в лицевых счетах работников, по графе удержания подоходного налога.

Итогом данных лицевых счетов бухгалтер расчётного отдела составляет сводные ведомости и определяется общая сумма удержанного подоходного налога, которая проводится по журналу - ордеру № 8 по кредиту счёта «Расчёты с бюджетом» и дебета счёта «Расчеты с персоналом по оплате труда».

Пример удержания подоходного налога согласно статье 103 Налогового Кодекса будет таким:

7. с физических лиц с правом на вычет размера одного месячного необлагаемого подоходного налога минимума дохода;
8. с физических лиц с правом на льготы в размере 50 кратного необлагаемого минимума дохода;
9. с физических лиц именующих права на вычет за каждый месяц в размере 50 кратного, необлагаемого минимума дохода.

Юридические и физические лица, удерживающие налог у источников выплаты обязаны при получении средств на выплату заработной платы в банках и в других финансово- кредитных учреждениях, отдельные виды банковских операций;

перечисляют налог в бюджет одновременно с получением этих средств, в других случаях точнее пяти банковских д

при выплате заработной платы выдавать физическим лицам, получающим доход по их требованию справки с указанием фамилии, имени, отчества, суммы и вида дохода, а также суммы удержанного налога.

Пример расчета удержания подоходного налога с наёмного работника с его месячного заработка:

-если работнику начислена заработная плата за месяц в размере 900 сомони, то определение суммы подоходного налога должна производиться следующим образом: в настоящее время размер месячного личного вычета для работника по его основному место работы установлен в размере 50 сомони. От 900 сомони уменьшаем эту сумму 900-140= 760 сомони. Далее 140-50= 90 сомони из этой суммы облагается ставкой налога в 8%, которая составляет 7 сомони 20дирам. Оставшаяся сумма заработка в сумме 760 сомони (900-50-90) облагается ставкой 13%- 760 х 13%=98 сомони 80 дирам. Всего с работника с его

месячной заработной платы в размере 900 сомони следует удерживать подоходный налог в размере 106 сомони 00 дирамов (7,20+98,80).

Работодатель, не являющийся основные работодателем налогоплательщика обязан удерживать налог с его заработной платы по ставке 13 % без применения не облагаемого налогом минимума дохода (лицо, работающий по совместительству)

Список использованной литературы

1. Закон Республики Таджикистан «О бухгалтерском учёте и финансовой отчетности»- Душанбе, 25.03.2011 №702.

2. Налоговый Кодекс РТ - Душанбе, 17.09.2012г. №902.

3. План счетов бухгалтерского учета финансово-хозяйственной деятельности хозяйствующих субъектов и методическое указание по его применению, утвержденные приказом Минфина РТ № 41 от 27 мая 2001г

4. Инструкция №2 «О порядке исчисления и уплаты в бюджет налога на прибыль юридических лиц» № 61 от 04.02.2000.

5. Бакаев А.С. Бухгалтерское обеспечение налогообложения- Москва «Мик»,1998.

6. Журнал «Финансы и бухгалтерский учёт»- Душанбе № 3-2000, №2,4- 2001, №1,4 -2002.

7. Малис, Н.И. Налоговый учет: учеб. пособие/ Н.И. Малис, А.В.Толкушин. – М. : Магистр, 2009. – 573 с.

Интернет ресурсы:

http://capcipa.info/, www.andoz.tj, www.minfin.tj, www.mmk.tj, www.nbt.tj, www.pipaa.tj/,

УДК 657

Мулладжанова М.М., магистрант
Таджикский Государственный Университет право, бизнеса и политики

ОТРАСЛЕВЫЕ СПЕЦИФИКАЦИИ И ИХ ВЛИЯВЛЕНИЕ НА ПОДГОТОВКУ ОТЧЕТА ПО МСФО

Организация учета и бухгалтерской отчетности, а также аудиторской деятельности Республике Таджикистан регламентируется государством. Для успешного ведения бизнеса, повышения конкурентоспособности предприятий и продукции, увеличения рентабельности, своевременного качественного планирования

показателей Правительством республики стало осуществляться внедрение мирового опыта организации учета на предприятиях и организациях. Составление и представление финансовой отчетности по МСФО обеспечивает условия для привлечения хозяйствующими субъектами инвестиций не только на национальных, но и на международных рынках капитала.

Для обеспечения реализации Постановления Правительства РТ от 04.11.2004г. №428 «О международных стандартах финансовой отчетности» в конце 2006 решением Правительства Республика Таджикистан была создана Правительственная комиссия по внедрению международных стандартов финансовой отчетности в РТ. Основными задачами данной комиссии является осуществление мер по соблюдению сроков перевода хозяйствующих субъектов на МСФО, координация деятельности министерств, ведомств и хозяйствующих предприятий в деле качественного обеспечения перевода их системы бухгалтерского учета на МСФО, и наконец организация периодического проведения обследования на местах фактического состояния дел по переходу на МСФО

Однако, вместе с тем для активизации деятельности в данном направлении не доставало официального перевода МСФО на русский язык. С начала 2006 года Министерство финансов РТ вело активные переговоры с Попечительским Советом Комитета по Международным Стандартам Финансовой Отчетности по вопросу приобретения официального текста МСФО для внедрения стандартов на предприятиях Таджикистана[1,с.147]

МСФО позволяет формировать и представлять заинтересованным пользователям полную, достоверную и сопоставимую информацию об имущественном положении и результатах хозяйственной деятельности организации.

Когда мировая финансовая система достигла межконтинентальных размеров, и финансовое взаимодействие бизнеса из разных стран стало повсеместным, на уровне восприятия финансовых сведений появилась необходимость формирования определенных международных стандартов.

Стандарты понадобились для того, чтобы заинтересованные лица внутри бизнеса из разных стран, финансовые регуляторы и контролирующие органы могли разговаривать на одном языке, обсуждая финансовые сведения об определенной коммерческой компании. Финансовые стандарты, как и любые другие стандарты, должны гарантировать аналогичность форм и типов содержания публичной финансовой информации одной компании по сравнению с

другими.

О том, что такое международный стандарт представления финансовой отчетности МСФО (IAS) 1, что входит в его состав и как им пользуются современные бизнес структуры – мы поговорим в данной статье.

Общая информация по стандарту МФСО (IAS) 1

Стандарт МФСО (IAS) 1 был разработан с ориентировкой на то, чтобы информацией из финансовой отчетности такого типа могли воспользоваться лица из широкого круга заинтересованных пользователей. Можно сказать, что этот стандарт изначально планировался как самый широко используемый стандарт в международной финансовой отчетности: своеобразная отправная базисная точка в погружении заинтересованного лица в финансовую отчетность коммерческой компании. При этом стандарт IAS 1 English или любой другой страны представляет собой самый общий неспецифический вид отчета о финансовом положении компании для пользователей, которые не имеют полномочий или возможностей для истребования финансовых данных в специальной форме.

Поскольку в широком смысле сфера применения отчетности по МСФО 1 ограничивается только талантом специалиста, который работает с данной информацией, становится понятно, что в стандарт включен широкий перечень взаимосвязанных и взаимозависимых индикаторов, с каждым из которых можно работать в рамках поставленной задачи. Главная идея любого стандарта в области финансов это не только удобоваримость (в смысле понимания информации широким списком специалистов), но и максимальная правдивость и прозрачность информации о бизнесе, которая в разрезе финансов не может быть отражена без использования следующих показателей:

Активы, обязательства и капитал как группировка индикаторов финансового положения компании и его динамических изменений под влиянием каких-либо внешних бизнес-факторов или решений, которые были приняты на внутрикорпоративном уровне.

Доходы и расходы фирмы, включая данные об изменениях соотношения величин прибылей и убытков в зависимости от рыночного положения компании и других внешних и внутренних факторов.

Вклады и выплаты собственникам компании как показатель дивидендной политики и финансовой эффективности бизнеса в вопросе главной задачи извлечения прибыли.

Данные движения денежных средств показывают динамику финансовых перемещений внутри компании, расходов, источников

возникновения денежных средств и эффективность работы центров финансовой ответственности. Данная информационная группировка помимо прочего позволяет составлять прогнозы по будущим денежным потокам и заблаговременно принимать важные управленческие решения по этим вопросам.

Помимо того, что ежегодное стандартизированное изложение финансовой информации дает возможность менеджменту оценить бизнес «на языке цифр», оторвавшись от операционных проблем, такая отчетность показывает, насколько эффективно менеджмент распределяет и использует ресурсы, которые ему вверены, что крайне важно, если мы имеем в виду международный бизнес нелокального типа.[2, с-983]

Предметные аспекты составления отчетности МСФО IAS 1

«Непоколебимая» достоверность

Сама задумка стандартов финансовой отчетности предполагает, что внедрение и применение стандартов МСФО (IFRS), как это принято – «без оговорок», обеспечит в компании прозрачную систему финансового менеджмента, следовательно, и систему финансовой отчетности, соответствующих критерию достоверного представления, даже без учета возможностей по дополнительному раскрытию информации. Стандарты изначально заточены на максимальную прозрачность и однозначность данных, поэтому организация, сдающая отчетность по МСФО, «как бы» не имеет никакой возможности лавировать в финансовых данных, хотя на самом деле ситуация обстоит иным образом.

Сокрытие расходов, не выходя за рамки бухгалтерского стандарта, осуществляется за счет переноса части расходов на подконтрольные компании, позволяя приукрасить показатели рентабельности.[3, с-180]

Список используемый литературы

1. Агеева О.А. Международные стандарты финансовой отчетности: Учеб. Пособие. – Изд-во « Бухгалтерский учет», 2008. С. -147

2. Талкатов Ж. С. Бухгалтерский учёт: Учебник для вузов.- Караганда, ОАО « Карагандийская Полиграфия», 2004. -983с

Валицкий С.В., Голубова О.С., Пособие по курсу «Экономика строительства», -М.:2009. -180с

УДК 657.22

Олефір О.О., магістрант
Державний університет «Житомирська політехніка»

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОПОДАТКУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ДІЯЛЬНОСТІ НА ЗАРУБІЖНИХ РИНКАХ

Оподаткування діяльності підприємств в умовах їх діяльності на закордонних ринках ставить нові вимоги до розвитку національних економічних систем. У зв'язку з цим необхідне державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в сфері побудови нормативно-правової бази таким чином, щоб захистити інтереси українських виробничих підприємств на міжнародному ринку і при цьому не опустити «залізну завісу» для іноземних осіб та підприємств.

Складність врегулювання зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання багато в чому пов'язана з тим, що здійснення цієї діяльності виходить за межі території однієї країни, внаслідок чого відбувається зіткнення декількох національних податкових систем. Найбільш значущими з них можна назвати проблему міжнародного подвійного оподаткування та проблему використання пільгових юрисдикцій, іншими словами, офшорних зон. У зв'язку з цим широко практикується укладання міжнародних угод між двома і більше країнами, мета укладення яких - дозвіл можливих колізій податкових законодавств цих країн.

У процесі моніторингу світової практики оподаткування зовнішньо-економічних операцій Гуцул І.А. зазначає, що найбільш показовим для України щодо реформування митної системи є досвід Грузії та Польщі, які налагодили відкриті та недискримінаційні торговельні відносини із країнами світу. В той же час, для України в цьому плані важливо запровадити механізм встановлення грошової компенсації сільськогосподарським виробникам у відсотковому вираженні до середнього рівня дотацій, які надаватимуться представникам аграрної сфери (наприклад, у Польщі у перший рік членства в ЄС вони становили 55%, у другий – 60%, у третій – 65%). З'ясовано, що необхідність надання преференцій саме сектору сільськогосподарського 13 виробництва обумовлювалася низьким рівнем його розвитку, а отже – неконкурентоспроможністю на ринку ЄС. Також у чинному митному тарифі Польщі визначено преференції, які захищають галузі автомобілебудування та нафтопереробки. Ставки імпортних мит на автомобілі та низку нафтопродуктів із країн, яким Польща надала режим

найбільшого сприяння, залишаються на доволі високому рівні [1]. У розділі 2 Митного Кодексу України, зазначено, що якщо підприємство здійснює зовнішньоекономічну діяльність понад три роки і протягом цих років посадові особи підприємства ні разу не притягувались до адміністративної відповідальності за порушення митних правил, і немає жодних невиконаних зобов'язань зі сплати митних платежів та інших боргових податкових зобов'язань, підприємство володіє інформаційно-аналітичною системою обліку зовнішньоекономічних операцій, то воно може набувати статусу уповноваженого економічного оператора [3].

Як зазначає Кузьмін О.Є. вказаний статус повинен надати суб'єктам зовнішньоекономічної діяльності низку спрощень, а саме: звільнення від надання гарантій при здійсненні внутрішнього митного транзиту, митне оформлення товарів на території підприємства, подання однієї митної декларації за період, а не на партію товарів (хоча ідентичні операції впродовж періоду можуть здійснюватись неодноразово), зняття митного забезпечення без дозволу митниці тощо. Слід зазначити, що на сьогодні триває робота із розроблення організаційного механізму надання статусу уповноваженого економічного оператора та реалізації зазначених преференцій. Для законослухняних та успішних суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності отримання вказаного статусу сприятиме активізуванню зовнішньоеко- номічних операцій та спрощенню взаємодії з митними органами [2].

Таким чином, з метою удосконалення потенціалу оподаткування діяльності українських виробничих підприємств на зарубіжних ринках в контексті забезпечення фіскальної ефективності, слід: митні ставки мінімізувати, удосконалити процедуру електронного декларування та документообігу; покращити процедуру відшкодування ПДВ; підвищити рівень автоматизації митних процесів; спростити систему митного контролю, використання митного постаудиту відповідно до міжнародних домовленостей. Отже, дієві заходи щодо формування ефективної системи реалізації митних та податкових регуляторів зовнішньоекономічних відносин мають базуватися на якісно новій парадигмі задоволення фіскальних потреб, враховуючи інтереси як держави, так і суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності.

Крім того, регулярне обговорення проблем, що виникають при оподаткуванні українських виробничих підприємств на зарубіжних ринках, зокрема, проблем міжнародного подвійного оподаткування та ухилення від оподаткування, на рівні кількох держав свідчить про те, що ці проблеми повинні бути врегульовані на міжнародному рівні за допомогою міжнародних нормативно-правових актів, спрямованих на їх усунення. Вже почався міжнародний обмін податковою інформацією,

який повинен розширюватися, уніфікуватися і стандартизований аж до створення єдиної інформаційної бази.

Список використаної літератури:

1. Гуцул І. А. Оподаткування зовнішньоекономічної діяльності: фіскальні ефекти та регулюючий потенціал. Рукопис. – Дис. на здобуття наук. ступ. к.е.н. за спеціальністю 08.00.08. - Тернопільський національний економічний університет Міністерства освіти і науки України, Тернопіль, 2014.

2. Кузьмін О.Є. Особливості оподаткування суб'єктів зовнішньо-економічної діяльності [Електронний ресурс] / О.Є. Кузьмін, А.В. Тодощук, О.Г. Мельник // - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VNULPM_2013_769_22

3. Митний кодекс України від 13.03.2012. [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/4495-17.

УДК 657

Рахматходжаев М.М., магистрант
Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ МСФО В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

Переход Республики Таджикистан к новым экономическим отношениям, открытости экономики и вхождение в систему мирового хозяйствования в конце 90-х годов прошлого столетия потребовали изменений существующей системы бухгалтерского учета и контроля над деятельностью государственных и хозяйствующих субъектов республики. Становление новых организационно-правовых форм предприятий на основе частной собственности (акционерные общества, совместные предприятия, индивидуальное предпринимательство) определили необходимость перехода на формы учета прозрачные и надежные для широкого круга пользователей. В связи с этим началось реформирование системы бухгалтерского учета и отчетности с целью их адаптации требованиям рынка.

В Республике Таджикистан переход бухгалтерского учёта на международные рельсы началось с ноября 2002 года изданием Постановления Правительства Республики Таджикистан «О переходе на международные стандарты финансовой отчетности». Данное

постановление определяет направление реформирования бухгалтерского учёта как перевод системы бухгалтерского учёта в соответствие МСФО. В этом направлении первым шагом является разработка нового Плана счетов бухгалтерского учёта и его утверждение Министерством финансов Республики Таджикистан №28 от 5 марта 2004 года.

В целях дальнейшего усиления работы по переводу системы бухгалтерского учёта хозяйствующих субъектов Республики на МСФО в октябре 2006 года утверждено Постановление Правительства Республики Таджикистан «О дополнительных мерах по внедрению международных стандартов финансовой отчетности в Республике Таджикистан».

Нормативное регулирование бухгалтерского учета как одной из основополагающих сторон деятельности организации является важнейшей задачей финансовых органов. Бухгалтерский учет, будучи источником для финансовой отчетности, которая в свою очередь предоставляет информацию для лиц, чьи решения непосредственным образом сказываются на деятельности любой организации, должен быть предметом постоянного и тщательного регулирования со стороны государства. От того, насколько своевременно и обосновано оно будет реагировать на изменение реалий экономической жизни, разрабатывая новые и корректируя старые нормы в области бухгалтерского учета, будет зависеть качество финансовой отчетности, а, следовательно, и экономическая эффективность принимаемых решений.

В процессе внедрения и применения МСФО Республика Таджикистан как и другие страны СНГ столкнулся с рядом общих проблем. Среди них – институциональные, организационно-правовые, финансовые, кадровые и методические проблемы. Решение этих проблем позволяет реализовать в полной мере преимущества применения МСФО.

Переход на международные стандарты финансовой отчётности нельзя рассматривать как единственную цель реформирования. В действительности реформа должна быть гораздо глубже и заключаться в построении эффективной надстройки над новым типом хозяйственных отношений в Таджикистане. В итоге должна быть создана среда, обеспечивающая формирование полезной и объективной информации о финансовом положении и результатах деятельности компаний. Кадровые проблемы применения МСФО заключаются в недостаточном уровне знаний и навыков в области МСФО у бухгалтерских специалистов. Даже те хозяйствующие субъекты, которые в финансовом отношении могут позволить себе обучение сотрудников или наем квалифицированных специалистов по МСФО,

как правило, ограничиваются очень узким кругом людей.

Невозможность перехода на МСФО «в один день» обусловлена необходимостью осуществления целого комплекса взаимосвязанных мероприятий. Поэтому естественно, что в процессе реформирования будут возникать многочисленные сложности. Можно выделить ряд сложностей, препятствующих реформированию.

Оторванность процессов ведения учета и составления финансовой отчетности негативно сказывается на качестве последней. Кадровые проблемы усугубляются отсутствием или недостаточным количеством и качеством методических материалов по переходу к применению и применению МСФО, в том числе на национальном языке.

Не менее острой является проблема квалификации специалистов, являющихся «потребителями» отчетности, составленной по МСФО - высшего руководства хозяйствующих субъектов, менеджеров среднего уровня, государственных служащих, финансовых аналитиков.

Финансовые проблемы применения МСФО заключаются в необходимости осуществления больших затрат хозяйствующими субъектами на перестройку своих систем бухгалтерского учета, переподготовку управленческих кадров, наем дорогостоящих специалистов, разработку или приобретение нового программного обеспечения, изменение управленческих процессов и т.д. Затраты хозяйствующих субъектов возрастают, когда подготовка финансовой отчетности по МСФО осуществляется путем трансформации бухгалтерской отчетности, подготовленной по национальным правилам. Между тем, трансформация, как правило, является основным способом составления отчетности по МСФО хозяйствующими субъектами. Проблемой является также необходимость инвестировать крупные суммы в реформу бухгалтерского учета со стороны государства.

Еще и имеются методические проблемы, методические проблемы применения МСФО заключаются в трудностях реализации требований МСФО. Если МСФО и могут претендовать на звание лучших бухгалтерских стандартов, то вряд ли они могут претендовать на звание «идеальных» стандартов. В их требованиях остается довольно большое количество изъянов, пробелов и даже противоречий. Решению методических проблем в большой степени способствует активное сотрудничество Таджикистана с международными организациями в области бухгалтерского учета и отчетности.

Институциональные проблемы применения МСФО заключаются в отсутствии или недостаточной развитости в Таджикистане той институциональной среды, наличие которой предполагает эффективное применение МСФО. Исторически бухгалтерский учет и отчетность в

республике были ориентированы на интересы единственного собственника – государства. Эта ориентация прослеживается в подходах к отражению отдельных хозяйственных операций, формированию отчетной информации в целом, организации внутреннего и внешнего контроля качества отчетности. В большинстве случаев отсутствует опыт использования бухгалтерской информации для принятия экономических решений. В связи с этим ощущается недостаток того широкого круга пользователей отчетности, на который ориентированы МСФО. Немаловажным является относительно низкий уровень развития фондового рынка.

В то же время традиционно в Республике Таджикистан достаточно жесткие требования предъявляются к бухгалтерской информации со стороны государственных органов, прежде всего налоговых, и эти требования не совпадают с требованиями МСФО. Участие профессиональных общественных организаций бухгалтеров и аудиторов, а также другой заинтересованной общественности, включая пользователей финансовой отчетности, в регулировании бухгалтерского учета и финансовой отчетности, развитии бухгалтерской профессии также недостаточно.

Для достижения прогресса при переходе на МСФО требуется, чтобы приверженность такому переходу выражалась на высшем политическом и государственном уровнях. Ключевым фактором успешной реформы является ее поддержка ведущими государственными деятелями.

В то же время успешный переход на МСФО невозможен без соответствующего спроса со стороны составителей отчетов, инвесторов и аналитиков. Правительственные органы нуждаются в постоянном активном сотрудничестве и поддержке составителей отчетов, профессиональных организаций, инвесторов и других пользователей бухгалтерской отчетности.

Суммируя преимущества МСФО, можно сказать, что:

- для финансовых аналитиков и инвесторов это понятность, сравнимость, прозрачность, надёжность, меньшие издержки по анализу отчётности;

- для компаний - меньшие издержки по привлечению капитала, одна система учёта, отсутствие необходимости согласовывать финансовую информацию, последовательность внутреннего и внешнего учета;

- для аудиторов - единообразные принципа бухгалтерского учета, возможность участия в принятии стандартов, тренинги в глобальном масштабе;

- для национальных разработчиков стандартов - обмен опытом, основа для национальных стандартов, большее доверие к

национальным стандартам, конвергенция стандартов;

- для развивающихся стран - снижение издержек по разработке национальных стандартов, привлечение инвесторов. Увеличение корпоративной прозрачности будет означать, что инвестиции станут менее рискованными для инвесторов, а значит, более дешевыми.

По итогам реформы уже можно говорить об определённых как положительных результатах, так и о проблемах перехода. Тем не менее, реформа будет реально закончена лишь, когда каждый бухгалтер будет профессионально владеть основами МСФО, а руководители компаний - действительно заинтересованы в предоставлении достоверной и объективной информации. Это означает, что более активно должна вестись работа по повышению квалификации бухгалтеров.

В числе других задач реформирования следует отметить необходимость окончательного разделения бухгалтерского учета на финансовый учет, управленческий учет и налоговый учет, как это принято в международной практике. При этом финансовый анализ будет ориентирован на внешних пользователей (собственников, инвесторов, кредиторов, дебиторов и т.д.), управленческий учёт будет использоваться для систематизации затрат, принятия управленческих решений и планирования, а налоговый учёт - применяться для исчисления налогов.

Следует подчеркнуть, что реформа бухгалтерского учёта должна осуществляться с учётом сложившихся национальных традиций, специфики экономического развития Таджикистана, а не путём слепого копирования западного опыта. Поэтому на данном этапе реформирования системы бухгалтерского учёта должно стать последовательное сглаживание несоответствий, что будет способствовать более успешному продвижению российских компаний на рынки капитала. При этом, говоря о реформировании необходимо подчеркнуть, что автоматическое, без каких-либо изменений, принятие МСФО невозможно. Ведь, по сути, международные стандарты - это компромисс между ведущими системами учёта в мире. Поэтому при использовании международных стандартов финансовой отчётности для создания новой национальной системы учёта международный опыт должен быть адаптирован к специфике Республики Таджикистан.

Список использованной литературы:

1. Конституция Республики Таджикистан. Полиграфическое издательство Аппарата Президента Республики Таджикистан «Шарки озод» - Душанбе. - 2016.

2. Закон Республики Таджикистан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 25.03.2011 г.. №702.

3. Постановление Правительства Республики Таджикистан «О международных стандартах финансовой отчетности» от 4 ноября 2002 г. №428

4.Постановление Правительства Республики Таджикистан «О дополнительных мерах по внедрению международных стандартов финансовой отчетности в республике Таджикистан» от 3 октября 2006 г. №465

5. Положение по ведению бухгалтерского учета и бухгалтерской отчётности в Республике Таджикистан. Приказом Министерства финансов Республики Таджикистан от 08.02.2003 г., №9

6. Положения по бухгалтерскому учёту «Учетная политика предприятий» ПБУ 1/99. Утверждено приказом Минфина РТ от 24.09.1999г. №135

7. Положения по бухгалтерскому учёту «Бухгалтерская отчетность предприятий» ПБУ 5/2001. Утверждено приказом Минфина РТ от 16.07.2001г. №104

8. Методические рекомендации по переходу на ведение бухгалтерского учёта в соответствии с требованием МСФО. Утверждено приказом Минфина РТ от 27.05.2004г. № 68

УДК 330

Сайфиддинов А.Б., магистрант
Саломов Д.Ф., магистрант
Таджикского государственного университета права, бизнеса и политики

ГОСУДАРСТВЕННЫЙ НАЛОГОВЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ В СИСТЕМЕ НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

Современное понимание системы налогового менеджмента обычно исключает из нее такое важное часть, как государственный налоговый менеджмент, не признает необходимость управления государством налоговыми отношениями на макроуровне рыночными формами и методами.

Объектом налогового менеджмента являются входящие и исходящие налоговые потоки, выступающие в форме налоговых доходов и расходов субъектов управления, а также совокупность условий функционирования налогового процесса на уровне экономики на регионах и отдельных предприятий (организаций, корпораций). В

Республики Таджикистане объект налогового управления это сложная, динамичная и относительно открытая система. Относительность открытости налогового менеджмента как системы управления обусловлена монополизмом государства и в установлении спроса на налоги (системы налогов, элементов налогообложения отдельных налогов, других правил и условий налогообложения и налогового процесса), скрытностью для внешней среды (конфиденциальностью) попыток и действий организаций – налогоплательщиков по минимизации налоговых платежей и оптимизации налоговых потоков и по другими причинами.

Взаимодействие субъекта и объекта налогового менеджмента в Республики Таджикистане осуществляется через постановку стратегических и тактических целей. Это ведущая часть системы и структуры управления, от которого обусловлен выбор налоговых форм, методов и инструментов менеджмента. Результативность налогового менеджмента дефиницируется, прежде всего с достижением управленческих целей. С учетом вышеупомянутого можно схематично определить взаимосвяз элементов налогового менеджмента как системы управления налоговыми потоками (налоговыми доходами и расходами), показанныам на рис. 1. [1, 427]

С целью определения доминирующего положения налогового менеджмента интерпретирует получение налоговой прибыли (не надо дезориентировать ее с обычной прибылью), обеспечение финансовой устойчивости и доходности на основе использования результативных налоговых форм, методов и инструментов управления и эффективного вложения (расходования) налоговых доходов и прибыли.

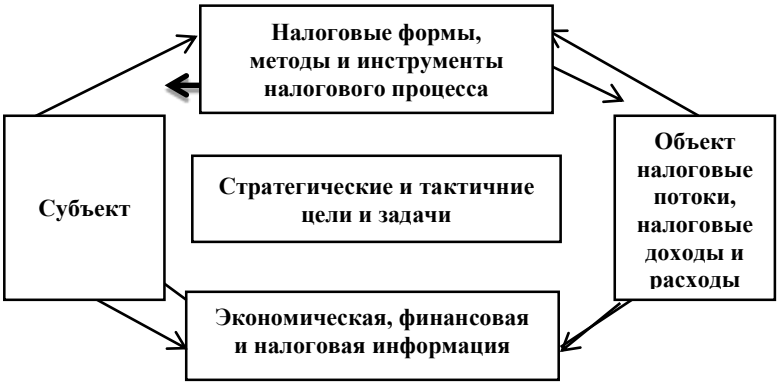


Рис. 1. Взаимосвязи элементов налогового менеджмента как системы управления. [2,1]

Наряду с этим первостепенную ценность имеет стратегическая цель, которая основывается на совокупное направление и методику формирования и применения налоговых доходов (прибыли). В рамках стратегии субъекта налогового менеджмента осуществляется подбор адекватных тактических целей и задач, налоговых методов, инструментов и приемов воздействия на экономику, финансы, налоговые потоки соответствующего уровня. Постановка новой цели означает разработку новой стратегии и тактики, а корректировка первой – корректировку вторых. Цель должна быть выражена определенными показателями (сумма налоговых доходов и расходов, налоговой прибыли, абсолютные и относительные показатели эффективности, включая экономический рост страны, уровень налогового бремени и т. п.). Это относится к стратегическим, тактическим целям и задачам, в реализацию которых подбираются такие же налоговые формы, методы, инструменты и приемы налогового менеджмента (диагностика налоговой деятельности, использование элементов налогообложения конкретных налогов, налоговое регулирование и контроль, налогового планирования, оценка налоговых рисков и эффективности налоговых доходов и расходов и др.). Важнейшим способом управления в Республики Таджикистане является налоговое бюджетирование, которое предполагает балансирование налоговых доходов и налоговых расходов. Исходя из этого, отличительной чертой налогового менеджмента является *мультивариантность*, комбинация стандартных подходов с индивидуальными решениями, учитывающими конкретную ситуацию. [3, 29]

Налоговое планирование как способ налогового администрирования подразделяется на тактическое и стратегическое. Целью налогового планирования является обеспечение определенного уровня исполнения налоговых обязательств и баланса потребностей бюджета в Республики Таджикистан. Объем обеспечения устанавливается через определения должного объема финансовых ресурсов, коррелируя с количеством плательщиков налогов и их максимально возможного изъятия. Оптимизация налогового контроля и налогового регулирования также является значительное проблемой налогового планирования.

Литература

1. Карп М.В. Налоговый менеджмент: Учебник для вузов – М,ЮНИТИ-ДАНА,2001 -427с

2. Совершенствование налогового адмнистрирования - фактор повышения эффективности работы налоговых органов /М. В. Мушистин// Финансы,-2003. –№6.-27-32с

3. Мельников Д.Ю. Налоговый менеджмент, М. Финансы и статистика, 1999-347с

4. Совершенствование возможности адмнистрирования - /А.П. Зрелов, М. В Краснов, налоговое планирование,-2003. –№3. 22-35.

УДК 330

Солиева Р., магистрант
Научный руководитель: Кузибаева Б., доцент
Таджикский государственный университет
права бизнеса и политики

РОЛЬ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В РАЗВИТИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

В настоящее время система бухгалтерского учета представляет собой важнейший элемент инфраструктуры рыночной экономики, связывающий воедино как частные, так и государственные организации. Она отражает состояние хозяйственных единиц и миллиарды заключаемых в обществе сделок. На ее основе устанавливаются баланс интересов вовлеченных в сделку сторон, цены, ставки процента, принимаются инвестиционные решения. Безусловно, следует отметить, что не менее важна и ее информационная составляющая: “система бухгалтерского учета является элементом инфраструктуры рыночной экономики, прежде всего потому, что она представляет информацию, необходимую для принятия хозяйственных решений в частном секторе и политических - в государственном”.

Так же система бухгалтерского учета обеспечивает информацией целый комплекс общественно-экономических связей, среди которых можно выделить и такие, как например кредитор - заемщик, продавец - покупатель, владелец капитала - компания или финансовый институт и т.д. Но система бухгалтерского учета, существовавшая в условиях планируемой экономики, была обусловлена общественным характером собственности и потребностями государственного управления экономикой. Главным потребителем информации формирующейся в системе бухгалтерского учета, выступало государство в лице отраслевых министерств и ведомств и планирующих, статистических и финансовых органов. Действовавшая система государственного финансового контроля решала задачи выявления отклонений от предписанных моделей хозяйственного поведения организаций.

Изменение этой системы, а также гражданско-правовой среды предопределяет необходимость адекватрансформации бухгалтерского учета. Однако процесс реформирования отечественной системы бухгалтерского учета отстает от общего процесса экономических реформ в Республике Таджикистан и “именно в целях изменения такого положения дел разработана Программа реформирования бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами финансовой отчетности”.

Сегодня с переходом на международные стандарты бухгалтерского учета Республика Таджикистан находится в стадии реформирования. Международные стандарты бухгалтерского учета определяют различия между учетной политикой и основными понятиями, концепциями бухгалтерского учета. Концепция бухгалтерского учета - это “основные базовые принципы исходя, из которых должна, формироваться политика бухгалтерского учета и составляться финансовая отчетность”. Основные концепции бухгалтерского учета изложены в международном стандарте № 1, которые можно сопоставить с первым таджикским бухгалтерским стандартом “Учетная политика предприятия” (ПБУ 1/94).

Политика бухгалтерского учета в соответствии с международными стандартами - это “ конкретные принципы, основы, условия, правила и практика, принятые компанией для подготовки и представления финансовой отчетности”.

Безусловно, независимо от того, как построен бухгалтерский учет, цель его заключается в том, чтобы предоставить достоверную информацию о деятельности организации, полезную для принятия управленческих решений. Однако финансовая отчетность составленная, по российским стандартам существенно отличается, от информации, подготовленной в соответствии с МСФО.

Разработкой и совершенствованием международных стандартов учета, занимается специальная организация - Комитет по международным стандартам бухгалтерского учета, созданный еще 29 июня 1973 года в соответствии с соглашением бухгалтерских органов Австралии, Канады, Франции, Германии, Японии, Мексики, Нидерландов, Великобритании и Северной Ирландии, а также США. Деятельность комитета направляется советом, состоящим из представителей 13 стран и 4 организаций. [7].

Комитет по международным стандартам бухгалтерского учета определяет свои задачи следующим образом:

- формулировать и публиковать в интересах общественности стандарты бухгалтерского учета, которые необходимо соблюдать при

составлении финансовых отчетов, и способствовать их всемирному внедрению и соблюдению;

- проводить общую работу по улучшению и гармонизации правил, стандартов бухгалтерского учета и методик составления и подачи финансовых отчетов.

Программа реформирования бухгалтерского учета в соответствии с Международными стандартами финансовой отчетности - МСФО (IAS) была принята постановлением Правительства Республики Таджикистан от «О переходе на международные стандарты финансовой отчетности» от 13.05.2015г. №314.[2].

Целью реформирования системы бухгалтерского учета является приведение национальной системы в соответствие с требованиями, как рыночной экономики, так и с международными стандартами финансовой отчетности. Основные задачи настоящей реформы состоят в следующем:

· сформировать систему стандартов учета и отчетности, обеспечивающих полезной информацией пользователей, в первую очередь инвесторов;

· обеспечить увязку реформы бухгалтерского учета в Республике Таджикистан с основными тенденциями гармонизации стандартов на международном уровне;

· оказать методическую помощь организациям в понимании внедрении реформированной модели бухгалтерского учета.

Для достижения цели Программы реформа будет проводиться следующим основным направлениям: международное сотрудничество, совершенствование нормативного правового регулирования, кадровое обеспечение, формирование нормативной базы, методическое обеспечение. В соответствии с этими направлениями был составлен план мероприятий. Главная задача реформы состоит в создании достаточно приемлемых условий последовательного, успешного и рационального выполнения системой бухгалтерского учета присущих ей функций в экономической среде. Будет обеспечена непротиворечивость российской системы бухгалтерского учета общепризнанным в мире подходам к ведению бухгалтерского учета, сформирована модель сосуществования и взаимодействия системы налогообложения и системы бухгалтерского учета, введены процедуры корректировки бухгалтерской отчетности в связи с инфляцией, пересмотрены допустимые способы оценки имущества и обязательств, созданы механизмы обеспечения открытости (публичности) бухгалтерской отчетности.

Рассмотрим положительные и отрицательные черты международных стандартов финансовой отчетности. Их объективными

преимуществами перед национальными стандартами в отдельных странах являются:

- четкая экономическая логика;

- обобщение лучшей современной мировой практики в области учета;

- простота восприятия для пользователей финансовой информации во всем мире.

При этом международные стандарты позволяют не только сократить расходы компаний по подготовке своей отчетности, особенно в условиях консолидации финансовой отчетности предприятий, работающих в разных странах, но и снизить затраты по привлечению капитала. Одной из причин информационной недостаточности является отсутствие стандартизированной финансовой отчетности, которая, сохраняя капитал, фактически приумножает его. Совокупность разных преимуществ во многом обеспечивает стремление различных стран к использованию МСФО в национальной практике учета. Однако следует отметить и недостатки МСФО. К ним, в частности, можно отнести:

- обобщенный характер стандартов, предусматривающий достаточно большое многообразие методов учета;

- отсутствие подробных интерпретаций и примеров приложения стандартов к конкретным ситуациям.

К тому же внедрению стандартов во всем мире препятствуют такие факторы, как национальные различия в уровне развития и традициях, а также нежелание национальных институтов поступиться своим приоритетом в области регулирования и методологии учета.

Таким образом, трансформация финансовой отчетности в соответствии с требованиями международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) в последнее время становится все более актуальной. Трансформированная в соответствии с МСФО финансовая отчетность является одним из важных шагов, открывающих таджикских организациям возможность приобщения к международным рынкам капитала.

В современном мире МСФО постепенно становятся своеобразным ключом к международному рынку капитала. Если компания имеет соответствующую отчетность, она получает доступ к источникам средств, необходимых для ее развития.

Допустим, компания попадает в число тех избранных, кто при соблюдении прочих условий может рассчитывать на иностранное финансирование. Если же компания не имеет требуемой отчетности, она, с точки зрения западного инвестора, не заслуживает доверия и не может рассматриваться как конкурентоспособная в соревновании с

другими соискателями капитала. Всем известно, что капитал, особенно иностранный, требует “прозрачности” финансовой информации о деятельности компаний и отчетности менеджмента перед инвесторами. У инвестора должна быть возможность проследить, как используется предоставленный им капитал. Нам предстоит ответить на вопрос, почему же так важен переход российского бухгалтерского учета на международный уровень.

Международная практика показывает, что отчетность, трансформированная согласно МСФО, отличается высокой информативностью и полезностью для пользователей. С самого начала стандарты разрабатываются исходя из потребностей конкретных пользователей. При выборе того или иного методического подхода, основным критерием служит полезность информации для принятия экономических решений.

Использование международных стандартов даст возможность рационализировать и оптимизировать информационные системы западных и таджикских организаций.

Список используемых источников

1. Закон Республики Таджикистан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 25.03.2011г. №702.
2. Постановление Правительства Республики Таджикистан «О переходе на международные стандарты финансовой отчетности» 13.05.2015г. №314.
3. Приказ Министра финансов Республики Таджикистана «Об утверждении Типового плана счетов бухгалтерского учета» от 25.05.2011 №41.
4. Богатая И.Н. Хахонова Н.Н. Бухгалтерский учет - Ростов н/Д: Феникс, 2002 - 608с.
5. Козлова Е.П. Бухгалтерский учет в организациях /Е.П. Козлова, Г.Н. Бабченко, Е.Н. Галанина, 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Финансы и статистика, 2002. - 800с.
6. Международные стандарты финансовой отчетности, - М. Аскери - АССА, 2003 год. - 240 с.
7. Международные стандары финансовой отчетности, том 1 и 2. Минфин РТ, Душанбе 2009-с.323
8. Морозова Ж.А. Международные стандарты финансовой отчетности. - М.: Бератор-Пресс, 2002. - 256 с.
9. Пашигорева Г.И., Пилипенко В.И. Применение международных стандартов отчетности в России. - СПб.: Питер, 2003. - 176 с.

УДК 657

Соснін В.М., магістрант
Науковий керівник: Городиський М.П.,
к.е.н., доц., доцент кафедри обліку і аудиту
Державний університет «Житомирська політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ОПЕРАЦІЙ З РЕМОНТУ ТА МОДЕРНІЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ

Ремонт основного засобу відновлює початковий технічний та функціональний стан основного засобу до його попереднього стану. Тому суть оновлення полягає у відновленні первісного технічного та функціонального стану основного засобу, включаючи також заміну використаних технічних компонентів, які виникають під час експлуатації основного засобу та є результатом цієї операції. З іншого боку, поліпшення основного засобу полягає у реконструкції або модернізації основних засобів.

Виходячи з різних положень, слід зазначити, що головною умовою ідентифікації таких витрат для основних засобів є те, що вони повинні сприяти збільшенню вартості використання цього активу. Це означає, що після будь-якого поліпшення вартість основного засобу підвищується, і таке підвищення може бути виміряне як збільшенням періоду використання, виробничою потужністю, підвищенням якості продукції, отриманої з використання поліпшених основних засобів, експлуатаційними витратами або іншими заходами.

Проте, облік будь-яких маніпуляцій з активами підприємства потребує максимальної точності та правдивості, оскільки від способу відображення операцій з основними засобами залежить балансова вартість активів підприємства, а також база оподаткування податком на прибуток підприємства.

Як зазначають В.В. Євдокимов та М.Ю. Самчик, дослідивши проблеми організації бухгалтерського обліку витрат на ремонт основних засобів суб'єктів господарювання шляхом вивчення технологічних особливостей самого процесу оновлення основних засобів, визначено зовнішні і внутрішні чинники, що впливають на формування витрат на ремонт основних засобів. До основних факторів впливу на формування витрат на ремонт належать: складність формування механізму ринкових відносин між замовниками та підрядниками робіт з ремонту основних засобів; кліматичні умови експлуатації об'єктів та їх ремонт; специфіка технологічного процесу виробництва суб'єкта господарювання та особливості технології

оновлення основних засобів; специфіка структури основних засобів [2].

Рішення про характер та ознаки ремонтних робіт (тобто на що вони спрямовані: на «підтримуючий» ремонт чи поліпшення) приймається керівником підприємства з урахуванням результатів аналізу існуючої ситуації та істотності таких витрат [3, п. 29].

Прикладами поліпшень у п. 31 Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку основних засобів зазначено: а) модифікація, модернізація об'єкта основного засобу з метою продовження строку його корисної експлуатації або збільшення його виробничої потужності; б) заміна окремих частин обладнання для підвищення якості продукції (робіт, послуг); в) упровадження ефективнішого технологічного процесу, який дозволить зменшити первісно оцінені виробничі витрати; г) добудова (надбудова) будівлі, що збільшує кількість місць (площа) будівлі, обсяги та/або якість виконуваних робіт (послуг) або умови їх виконання [3, п.31].

Тому керуючись зазначеними рекомендаціями, підприємство може визначити характер витрат у процесі ремонту та модернізації основних засобів та визначити політику їх облікового відображення.

Проте на практиці розмежувати заходи, спрямовані на поліпшення основних заходів, проведення яких приведе до збільшення майбутніх економічних вигод від використання, і заходи, спрямовані на підтримання основних засобів в робочому стані та отримання в майбутньому очікуваних економічних вигод, досить складно [1, с. 810].

Тому, виходячи з вище зазначеного, перспективою подальших досліджень є розробка системи аналітичного обліку витрат на поліпшення основних засобів підприємства, оскільки для кожного суб'єкта господарювання важливим при визначенні характеру таких витрат є з'ясування особливостей включення тих чи інших витрат на основні засоби до складу фінансового результату до оподаткування.

Список використаної літератури:

1. Гончар В.П., Чеховський В.Р. Щодо обліку основних засобів бюджетних установ: теоретичні та практичні аспекти / В.П. Гончар, В.Р. Чеховський // Інфраструктура ринку. 2018. Вип. 25. С. 808-812.

2. Євдокимов В.В., Самчик М.Ю. Бухгалтерський облік витрат на ремонт власних основних засобів [Електронний ресурс] / В.В. Євдокимов, М.Ю. Самчик // Ефективна економіка: електронний журнал. 2016. № 11. Режим доступу до статті: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5236.

2. Наказ Міністерства фінансів України «Про затвердження Методичних рекомендацій з бухгалтерського обліку основних засобів» від 30.09.2003 р. № 56

УДК 657

Ткачук Л.В., магістрант
Науковий керівник: Легенчук С.Ф.,
д.е.н., проф., завідувач кафедри обліку і аудиту
Державний університет «Житомирська політехніка»

РОЗВИТОК БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ ВИТРАТ НА ІННОВАЦІЇ

Економічний ринок початку XXI століття в світі характеризується все більшою кількістю підприємств, що впроваджують у своїй діяльності інновації. Можливість отримання надприбутків у процесі здійснення діяльності спонукає підприємства до участі в інноваційних проектах та збільшенні витрат на інновації. Інноваційні проекти, що реалізуються в рамках науково-дослідної діяльності, відіграють важливу роль у функціонуванні сучасних економічних бізнес-структур. Можливість створювати та впроваджувати інновації у сучасній економіці сприймається як конкурентна перевага. Тому актуальним питанням на сьогодні є окреслення напрямів удосконалення організаційно-методичних аспектів обліку витрат на інновації задля підвищення інформативності показників звітності та ефективності управління інноваційною діяльністю підприємства.

На сьогодні недостатньо дослідженими залишаються питання, що стосуються витрат на інноваційні проекти в рамках науково-дослідної роботи підприємства. Специфіка обліку таких витрат викликає необхідність пошуку напрямів удосконалення інформаційного забезпечення управління інноваційними проектами підприємства.

У зв'язку з вищевикладеним, виникає необхідність дослідження наступних проблемних питань обліку витрат на інновації, зокрема:

1) яке місце та роль бухгалтерського обліку як інформаційної системи в управлінні інноваційними проектами підприємства;

2) які інструменти бухгалтерського обліку можуть сприяти ефективному управлінню інноваційними проектами підприємства;

3) який фактичний стан бухгалтерського обліку витрат на інновації та ступінь його адаптації до інформаційних потреб управління інноваційною діяльністю підприємства.

Зокрема, в кінцевому підсумку саме звітність підприємства в частині надання інформації про витрати та результати реалізації інноваційних проектів підприємством буде мати найбільший вплив на прийняття рішення її користувачами щодо необхідності та ефективності здійснення інноваційної діяльності конкретною фірмою.

На разі не можна заперечувати важливість саме фінансової звітності підприємства в частині надання інформації про інноваційну діяльність підприємства та релевантність її інформаційного змісту у процесі прийняття важливих управлінських рішень її користувачами.

Задля вирішення проблем інформаційного забезпечення прийняття рішень щодо ефективності здійснення інноваційної діяльності важливу роль може зіграти саме внутрішня звітність підприємства, метою якої є деталізація інформації в розрізі інноваційних проектів суб'єкта господарювання.

Зокрема, внутрішня звітність суб'єктів господарювання в частині інформації про витрати на інноваційну діяльність повинна містити наступну інформацію:

- інформацію про інноваційні проекти в розрізі запланованих проектів, вже розпочатих та закінчених інноваційних проектах;
- кількість працівників, задіяних у реалізації інноваційної діяльності підприємства;
- джерела фінансування інноваційної діяльності, зокрема в розрізі власних та залучених джерел фінансування такої діяльності;
- очікувані обсяги витрат на інноваційні проекти, в тому числі з деталізацією витрат по кожному інноваційному проекту;
- обсяги понесених витрат на інноваційну діяльність підприємства, зокрема в розрізі окремих проектів;
- прогнозовані ефекти від здійснення інноваційної діяльності підприємства;
- отримані результати інноваційної діяльності, зокрема результати реалізації окремих інноваційних проектів.

Зазначені розрізи інформації у внутрішній звітності підприємства про інноваційні проекти сприятимуть вирішенню труднощів, пов'язаних з повнотою представлення даних та оцінкою інноваційних проектів, визначення їх ефективності для прийняття прогнозних рішень щодо подальших перспектив підприємства у здійсненні науково-дослідної діяльності суб'єкта господарювання.

Таким чином, перспективою подальших досліджень в сфері обліку інновацій є розробка пропозицій в частині інформаційного забезпечення формування показників звітності підприємства, зокрема розробка системи аналітичних рахунків про заплановані, розпочаті та закінчені інноваційні проекти, джерела їх фінансування в розрізі власних за запозичених ресурсів, а також витрати та доходи від здійснення інноваційних проектів з метою обчислення оцінки їх ефективності та прийняття важливих управлінських рішень.

УДК 330

Хайруллоев А., магистрант
Научный руководитель: Кузибаева Б., доцент
Таджикский государственный университет
права бизнеса и политики

ЗНАЧЕНИЕ МСФО В ГАРМОНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

В Республике Таджикистан проводятся реформы в различных областях экономики. Одной из важнейших областей реформирования является система бухгалтерского учета.

Система бухгалтерского учета ориентирована на обеспечение информационных потребностей пользователей финансовой информации, т.е. доведение информации о компаниях до потенциальных инвесторов.

Рациональная организация бухгалтерского учета в современных условиях - это требование отечественной экономики, направленной на создание эффективного рыночного механизма. Для качественного управления деятельностью предприятия необходима качественная своевременная управленческая информация. Процесс реформирования бухгалтерского учета влияет на привлечение на более выгодных условиях иностранных инвестиций и кредитов в экономику страны, которая в настоящее время остро нуждается в этом. Развитая система бухгалтерского учета обеспечивает эффективное управление экономикой страны.

Необходимо отметить, что имеются определенные трудности и разные мнения среди специалистов и ученых по вопросам реформирования бухгалтерского учета, что, с одной стороны, является объективной необходимостью, а, с другой стороны, сдерживающим фактором в целях проведения реформы.

Существуют определенные проблемы в теории и практике бухгалтерского учета в Республике Таджикистан, которые требуют их решения. В частности, по нашему мнению, к таким проблемам относятся:

1. Нестабильность внешней правовой среды. Постоянное изменение и дополнение нормативно-правовых актов с учетом изменения экономической среды привело к непониманию некоторых положений законодательства среди специалистов.

2. Направленность финансовой отчетности налоговым принципам. Финансовая отчетность должна составляться строго по

законодательству в области бухгалтерского учета. Из-за того, что большинство предприятий до сих пор предпочитают подготовить отчетность по правилам налогообложения, т.е. при ведении учета используют требования Налогового кодекса, их отчетность не соответствует положениям бухгалтерского учета. К примеру, большинство предприятий ведут начисление амортизации основных средств по Налоговому кодексу в целях ведения учета и в целях налогообложения. А по положениям бухгалтерского учета иные методы начисления. Можно привести ряд примеров.

3. Недостоверное составление финансовой отчетности. Допускается много ошибок при составлении финансовой отчетности. Показатели отчетности реально не представляют финансовое состояние и финансовые результаты бизнеса. Имеются показатели просроченной дебиторской и кредиторской задолженности, завышение остатка запасов, занижение прибыли и т.п.

4. Невостребованность финансовой отчетности со стороны руководителей. До сих пор большинство руководителей еще не считают нужным воспринимать финансовую отчетность как один из источников принятия управленческих решений. Другими словами, отчетность составляется просто ради требований некоторых пользователей.

5. Несовершенство национальных стандартов финансовой отчетности. Это не говорит о том, что вообще не имеются какие-то положения или стандарты. В РТ действуют Положения по бухгалтерскому учету (ПБУ), которые были приняты в течение 1999-2002 гг. и некоторые положения их соответствуют международным стандартам. Но в эти положения еще не внесены изменения и дополнения в связи с изменением международных стандартов. В настоящее время идет процесс разработки национальных стандартов финансовой отчетности, соответствующих международным нормам. По последнему вопросу имеются еще дискуссии работников государственных органов и специалистов.

6. Нехватка и отсутствие комментариев к положениям и инструкциям. Одной из основных причин непонимания и разных мнений по принятым инструкциям и положениям Министерства финансов РТ среди специалистов предприятий и ученых является отсутствие определенных практических комментариев или разъяснений. В данном направлении необходимо работать серьезно, чтобы обеспечивался механизм реализации этих положений и инструкций.

7. Слабая развитость исследований среди отечественных ученых по вопросам практики ведения бухгалтерского учета. Следует отметить,

что очень мало занимаются ученые и практики вопросами совершенствования учета и отчетности. Но хотелось бы подчеркнуть, что имеются ученые, которые плодотворно занимаются вопросами учета. Слабая развитость исследований, по нашему мнению, мотивируется отсутствием определенных научных школ бухгалтерского учета в РТ, а также меньшая заинтересованность ученых и практиков в результатах своих исследований.

8. Слабое использование прикладных автоматизированных бухгалтерских программ. На большинстве предприятий учет ведется в основном вручную. А имеются предприятия, которые успешно используют автоматизированные бухгалтерские программы. Внедрение автоматизированных программ требует определенных затрат, связанных с приобретением, установкой и обеспечением. Поэтому большинство предприятий, учитывая этого, не используют автоматизированные программы. Имеются предприятия, использующие собственные силы, т.е. свои программисты разрабатывают программы и успешно их используют. Необходимо отметить, что внедрение новых технологий благоприятствует более качественному ведению учета и составлению отчетности, кроме того, эффективному принятию управленческих решений.

9. Отставание учебных программ по бухгалтерскому учету от требований современной науки и практики в большинстве вузов страны. До сих пор имеются существенные различия в учебных программах вузов по преподаванию учетно-финансовых дисциплин. Но в данном направлении ведётся определенная работа. Кроме того, ощущается нехватка преподавателей учетных дисциплин, профессионально занимающихся обучением студентов.

10. Неиспользование мирового опыта организации управленческого учета. Для успешного ведения бизнеса, повышения конкурентоспособности предприятия и продукции, увеличения рентабельности, своевременного качественного планирования показателей необходимо изучение и внедрение мирового опыта организации управленческого учета на предприятиях и организациях Республики Таджикистан. Но хотелось бы подчеркнуть, что некоторые преуспевающие предприятия республики используют прогрессивные технологии управленческого учета.

11. Недостаток высококвалифицированных бухгалтерских кадров. Бухгалтер как одна из ведущих и нужных профессий играет важную роль в развитии предприятий. На отечественных предприятиях имеется нехватка высококвалифицированных бухгалтерских кадров. В подготовке этих кадров определенную роль должны играть, прежде

всего, вузы страны, а также бухгалтерские школы и центры повышения квалификации бухгалтеров. Современный этап требует от бухгалтеров заниматься постоянным совершенствованием уровня знаний, другими словами, быть наиболее компетентными.

Для решения вышеприведенных проблем, на наш взгляд, необходимо изучение мирового опыта ведения бухгалтерского учета и ведение как теоретических, так и практических исследований в данном направлении. Особенно исследований в области международных стандартов финансовой отчетности (МСФО) и адаптации зарубежного опыта организации управленческого учета на предприятиях и организациях Республики Таджикистан.

Международные стандарты финансовой отчетности – это определенные правила, основы, процедуры, методы составления и представления финансовой отчетности. МСФО представляют собой совокупность взаимосвязанных документов, а именно предисловие к МСФО, концепции подготовки и представления финансовой отчетности, собственно стандарты и разъяснения к ним.

На наш взгляд, переход на международные стандарты необходимо осуществить поэтапно с учетом специфики национальной экономики Республики Таджикистан, которая связана с переходными процессами к рыночным отношениям. Данный переход не должен означать полного исключения существующей системы учета, а наоборот, максимально приблизить ее к международным стандартам на основе использования прогрессивных методов и приемов учета и отчетности.

Переход на МСФО требует от работников управления предприятием заниматься внедрением прогрессивных методов финансового учета и этим способствовать организации эффективного управленческого учета, позволяющего предоставлять более качественную информацию для принятия обоснованных управленческих решений.

Дальнейшее совершенствование системы бухгалтерского учета в Республике Таджикистан, на наш взгляд, необходимо осуществить в следующих направлениях:

1.Совершенствование нормативно-правовой базы бухгалтерского учета.

2.Повышение квалификации бухгалтерских кадров и качественная подготовка специалистов в вузах республики.

3.Совершенствование системы регулирования бухгалтерского учета.

4.Изучение и внедрение прогрессивных технологий управленческого учета в практику предприятий.

5.Внедрение автоматизированной обработки данных учетной

информации.

Менеджеры предприятий должны рассматривать бухгалтерскую информацию как базу для принятия управленческих решений. В условиях перехода к рынку сущность бухгалтерской информации в виде финансовой отчетности постепенно возрастет. Это связано с тем, что финансовая отчетность показывает реальную картину бизнеса на определенный период. Но для достоверного составления отчетности предъявляются определенные требования в соответствии с МСФО.

Вместе с тем, особенно в условиях перехода к рынку, актуальной становится организация управленческого учета. По сути, управленческий учет не является обязательным. Но рыночные условия требуют необходимости организации управленческого учета, так как каждое предприятие должно эффективно управлять своими ресурсами и повышать свою конкурентоспособность.

По нашему мнению, использование и овладение современными методами и приемами управленческого учета в деятельности функционирующих предприятий позволяют значительно уменьшить риск несостоятельности. Управленческий учет, являясь составной частью бухгалтерского учета, охватывает все виды учетной информации, которая собирается и обрабатывается для внутреннего пользования руководством предприятия. А финансовый учет охватывает учетную информацию, которая используется и руководством предприятий и внешними пользователями.

Таким образом, реформирование системы бухгалтерского учета в связи с переходом на МСФО и адаптация зарубежных прогрессивных технологий организации управленческого учета для предприятий Республики Таджикистан является объективной необходимостью, способствует вливанию иностранных инвестиций в экономику страны на более выгодных условиях и играет важную роль в наращивании экономического потенциала государства. Кроме того, организация управленческого учета обеспечивает эффективную деятельность хозяйствующих субъектов республики – достижения поставленных целей с минимальными затратами в короткие сроки, повышения финансовой устойчивости и их платежеспособности.

Список использованной литературы

1. Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» от 25 марта 2011г. №702

2. Приказ Министра финансов Республики Таджикистана План счетов от 27.05.2011 №41

3. Международные стандарты финансовой отчетности. Алматы,

2001

4. Качалин В.В. Финансовый учет и отчетность в соответствии со стандартами QAAP. 2-ое изд. перераб.- М: Дело, 1998.- 432с.

УДК 658.1

Ходзицька В.В., к.е.н., доцент,
доцент кафедри обліку і оподаткування
ДВНЗ« Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»

УПРАВЛІННЯ ПОТОЧНИМИ АКТИВАМИ КОРПОРАЦІЙ: ОБЛІКОВИЙ АСПЕКТ

Розвиток ринкових відносин в країні обумовив підвищення ролі фінансів підприємства. Стан фінансових ресурсів підприємства стає фактором, що визначає фінансові результати його діяльності. Кількісні та якісні параметри фінансового стану підприємства визначають його місце на ринку та здатність функціонувати в економічному просторі. Все це призвело до підвищення ролі управління фінансами в загальному процесі управління економікою. Вартість підприємства в сучасних умовах управління стає головним показником, яким зацікавлені не тільки вчені, а й власники підприємства та потенційні інвестори. Прибутковість, яка характеризує ефективність підприємства на стадії управління, переходить на інший план, оскільки, на відміну від вартості, вона не відображає перспектив розвитку бізнесу, тобто здатність компанії генерувати грошові потоки у майбутньому. Серед чинників, що впливають на вартість підприємства, значне місце має вартість оборотних активів, оскільки частка поточних активів у структурі активів більшості українських підприємств є досить значною. Отже, управління поточними активами з точки зору впливу його ефективності на вартість підприємства стає особливо актуальним.

Управління оборотними активами грає важливу роль в успіху будь-якого ділового підприємства. Більше ніж 75% компаній, які працюють у збиток або провадять не ефективну фінансову діяльність, будуть конкурентноспроможнішими, якщо розроблять елементи ефективної управлінської політику управління оборотними активами. Система управління оборотними активами забезпечує звільнення капіталу що не використовується, який інакше може бути направлений для оптимальне використання. Оперування оборотними активами є ефективним інструментом управління, який має потенціал для забезпечення

довгострокового успіху.

Недостатність оборотних активів може паралізувати діяльність підприємства або погіршити його ліквідність, а надлишок буде означать, що частина капіталу не працює і не приносить прибутку **.** Серед відомих науковців, які в своїх працях детально розглядали питання аналізу оборотних активів слід відзначити таких зарубіжних вчених як Велми Глен А., Сигел Дж., Шим Дж, Е.С. Хендріксен, І. А. Бланк, В. В. Ковальов, Б. Коллас, М. Н. Крейнін, Т. Манесс. Система управління оборотними активами вимагає подальшого вивчення, яке має бути спрямоване на покращення та визначення її функцій з позиції адаптації до сучасного стану розвитку економіки України.

Ефективно розміщені фінансові ресурси підприємства є найважливішим симптомом його фінансового стану, передумовою досягнення високих кінцевих результатів його господарської діяльності в цілому. Основною метою управління фінансовими ресурсами на підприємстві є їх оптимізація, процес вибору найкращих форм їхньої організації на підприємстві з урахуванням умов і особливостей здійснення його господарської діяльності.

Оборотні активи є цінностями, які використовуються підприємством протягом одного року або операційного циклу, якщо він не перевищує один календарний рік. Відповідно до п. 66 МСБО (IAS) 1 «Подання фінансової звітності» підприємство визнає актив поточним, якщо цей актив:

- може бути реалізованим або спожитим у нормальному операційному циклі;
- утримується в основному з метою продажу;
- може бути реалізованим протягом 12 місяців після звітного періоду;
- є грошовими коштами чи еквівалентами грошових коштів, якщо немає обмежень щодо обміну чи використання цього активу для погашення зобов'язання принаймні протягом 12 місяців після звітного періоду.

Оборотні активи складаються з матеріальних і нематеріальних елементів, правильність обліку яких та подання достовірної інформації у звітності про які необхідні для прийняття ефективних управлінських рішень.

Оборотні активи на підприємстві перебувають у грошовій, виробничій, товарній формах. Вони знаходяться у стані безперервного руху, під час якого відбуваються зміни в їх обсягах, складі, вартості.

Отже, ефективне управління оборотними активами на підприємстві складається з:

- управління запасами;
- управління дебіторською заборгованістю;
- управління грошовими коштами та їх еквівалентами.

Аналіз літературних джерел дозволяє зробити висновок, що управління запасами являє собою діяльність, спрямовану на забезпечення безперебійного процесу виробництва та реалізації продукції за мінімізацією загальних витрат по створенню та обслуговуванню запасів. В той же час управління запасами – це процес створення, контролю та регулювання рівня запасів у поста- чанні, виробництві та збуті продукції. В економічній літературі управління запасами також може розглядатися і як система, тобто сукупність правил і показників, які визначають момент часу й обсягу закупівлі продукції для поповнення запасів, параметрами якої є:

- точка замовлення;
- нормативний рівень запасів;
- обсяг окремої закупівлі;
- частота здійснення закупівель;
- поповнювана кількість продукції, за якою досягається мінімум витрат на зберігання запасу згідно із заданими витратами на поповнення і заданими альтернативними витратами інвестованого капіталу.

На даний час ефективною системою управління запасами виступає саме логістика. Залучення логістики до формування загальної стратегії підприємства означає новий рівень його розвитку, насамперед, у напрямі забезпечення економічної стійкості у конкурентному середовищі.

Оскільки запаси, як правило, є однією з найбільших цифр у балансі, ефективне управління запасами є життєво важливою функцією підприємства, яка допомагає забезпечити безперервний успіх розподілу та виробництва компанії. Ефективність управління запасами зазвичай вимірюється тим наскільки успішно компанія знижує інвестиції на запаси, задовольняє цілі обслуговування клієнтів і досягає максимальної пропускної здатності та стримування витрат.

Удосконалення системи управління оборотними активами необхідна для оптимізації задоволення потреб у придбанні різних елементів оборотних активів, забезпечення відповідності їх обсягів обсягами фінансово-господарської діяльності, максимізації прибутку (рентабельності оборотних активів) і мінімізації витрат при допустимому рівні ризику. Раціональне й ефективне використання оборотних активів сприяє збільшенню фінансової стійкості підприємства та його платоспроможності. За цих умов підприємство своєчасно і повністю може виконувати свої розрахунково-платіжні

зобов'язання, що дозволять успішно здійснювати свою функціональну діяльність.

Список використаної літератури

1. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (IAS) 1 «Подання фінансової звітності» № 929 013 – Режим доступу : http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_013
2. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (IAS) 2 «Запаси» – Режим доступу http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_021
3. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку 7 (МСБО 7) «Звіт про рух грошових коштів» – Режим доступу http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_019
4. Міжнародний стандарт бухгалтерського обліку (IAS) 32 «Фінансові інструменти: подання» – Режим доступу http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/929_029

УДК 330

Шомахмедов М.Х., магистрант
Научный руководитель: Дадоматов Д.Н.,доцент
Таджикский государственный
университет права, бизнеса и политики,

НОРМАТИВНО – ПРАВОВАЯ ОСНОВА ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ АУДИТА И АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ ТАДЖИКИСТАН

Концепции регулирования аудиторской деятельности в мировой практике различны. В Германии, Франции, Испании, где основными пользователями финансовой отчетности являются государственные организации, банки государственное регулирование аудиторской деятельности наиболее распространено. В Великобритании, США, где основными пользователями бухгалтерской отчетности являются акционеры, кредиторы, инвесторы, наиболее распространено саморегулирование.

В Республике Таджикистан к государственному органу, который регулирует аудиторскую деятельность, относится уполномоченный орган Министерства финансов Республики Таджикистан.

К правовым и законодательным документам по аудиторской деятельности в Республики Таджикистан относятся:

- Гражданский кодекс Республики Таджикистан;
- Закон Республики Таджикистан «Об аудиторской

деятельности» №993 от 22.07.2013г;

- Положение о лицензирование аудиторской деятельности;
- Международные Стандарты по аудиторской деятельности;
- Закон Республики Таджикистан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности».

Основной документ, регулирующий аудиторскую деятельность – Закон Республики Таджикистан «Об аудиторской деятельности» – был принят Маджлиси Оли Республики Таджикистан от 22.07.2013 г. и вступил в силу с момента опубликования [1].

Закон Республики Таджикистан «Об аудиторской деятельности» регулирует общие, правовые, организационные основы и процесс осуществления аудиторской деятельности, возникающие между государственными органами, физическими и юридическими лицами, аудиторами и аудиторскими организациями.

Закон об аудиторской деятельности определяет процедуру аттестации на право быть специалистом – аудитором и процедуру лицензирования – на право аудиторской деятельностью.

Уполномоченный орган государственного регулирования определяется Правительством Республики Таджикистан, который выполняет следующие задачи:

- принимает в пределах своей компетенции, нормативные правовые акты, регулирующие аудиторской деятельности;
- разрабатывает стандарты аудиторской деятельности;
- осуществляет надзор за соблюдением аудиторскими организациями и индивидуальными аудиторами лицензионных требований и условий:
- контролирует соблюдение аудиторскими организациями и индивидуальными аудиторами стандартов аудиторской деятельности;
- определяет объем и порядок представление уполномоченным органом отчетов для индивидуальных аудиторов и аудиторских организаций;
- ведет государственные реестры аудиторов имеющих квалификационные аттестаты и лицензии.

Инициативная аудиторская проверка проводится по решению экономического субъекта.

Помимо проведения проверок аудиторские фирмы могут оказывать услуги по постановке, восстановлению и ведению бухгалтерского учета, составлению деклараций о доходах и бухгалтерской отчетности, анализу хозяйственно – финансовой деятельности, оценке активов и пассивов экономических субъектов, консультированию в вопросах финансового, налогового, банковского и иного хозяйственного

законодательства Республики Таджикистан, а также проводить обучение и оказывать другие аудиторские услуги по профилю своей деятельности.

Существуют определенные ограничения, накладываемые на сферу деятельности аудиторов: запрет на занятия какой – либо предпринимательской деятельностью, кроме аудиторской, и другой связанной с ней, и на передачу полученных ими в процессе аудита сведений в целях предпринимательской деятельности.

Аудиторская проверка не может проводиться:

А). аудиторами, являющимся учредителями, собственниками, акционерами, руководителями и иными должностными лицами проверяемого экономического субъекта, либо состоящими с указанными лицами в близком родстве или свойстве;

Б). аудиторскими фирмами:

- в отношении экономических субъектов, являющихся их учредителями, собственниками, акционерами, кредиторами, страховщиками, а также в отношении которых эти аудиторские фирмы являются учредителями, собственниками, акционерами;
- в отношении экономических субъектов, являющихся их дочерними предприятиями, филиалами (отделениями) и представительствами или имеющих в своем капитале долю этих аудиторских фирм;
- аудиторами и аудиторскими фирмами, оказывающими данному экономическому субъекту услуги по восстановлению и ведению бухгалтерского учета, а также составлению бухгалтерской отчетности [3].

В Республике Таджикистан аудиторам и аудиторским фирмам представлены следующие права: самостоятельно определять формы и методы аудиторской проверки исходя из требований нормативных актов и конкретных условий договора; проверять в полном объеме документацию о финансово – хозяйственной деятельности; получать по письменному запросу необходимую информацию от третьих лиц; привлекать на договорной основе аудиторов, работающих самостоятельно или в других аудиторских фирмах; отказаться от проведения проверки в случаях не предоставления проверяемым экономическим субъектам необходимой документации [1].

Результатом аудиторской проверки служит заключение аудитора (аудиторской фирмы). Данный документ имеет юридическое значение для всех юридических и физических лиц, органов государственной власти и управления, органов местного самоуправления и судебных органов. [4]

Основной документ, регулирующий его составление – «Порядок составления аудиторского заключения и бухгалтерской отчетности». Он предусматривает четыре формы составляемого заключения: безусловное положительное, условное положительное, отрицательное и отказ от мнения.

Помимо вышеупомянутых документов существует ещё ряд актов, регулирующих отдельные организационные аспекты. Например, «Порядок проведения аттестации на право осуществления аудиторской деятельности» утвержденный Постановлением Правительства Республики Таджикистан. В нем определено, что аттестация на право осуществления аудиторской деятельности в Республике Таджикистан проводиться с целью обеспечения профессионального выполнения аудиторами своих обязанностей [1].

Организация проведения аттестации возлагается:

- на Министерство Финансов Республики Таджикистан - по аудиту предприятий, объединенный, организаций и учреждений, товарных и фондовых бирж, инвестиционных и других фондов, а также граждан, осуществляющих самостоятельную предпринимательскую деятельность;
- на Национальный банк Таджикистана – по аудиту банков и кредитных учреждений, а также союзов и ассоциаций [1].

Постановлением Правительства Республики Таджикистан утвержден и «Порядок выдачи лицензий на осуществление аудиторской деятельности». Организация данного процесса возложена на вышеперечисленные органы. Кроме того, в данном документе находят отражение ещё и причины аннулирования лицензий (например, при обнаружении после выдачи лицензии факта представления неверных сведений или осуществление деятельности, не предусмотренной выданной лицензий, и т.д.) [5].

Аудиторскую деятельность в Республики Таджикистан координирует Палата аудиторов. Палата аудиторов Республики Таджикистан представляет собой независимую общественную организацию, объединяющую на добровольных началах аудиторов, действующих на территории республики Таджикистан, призванную содействовать развитию, совершенствованию и унификации аудиторской деятельности [1].

Таким образом, современная экономика неразрывно связано с формированием рынка аудиторских услуг и организацией аудита в целом. Посредством аудита обеспечивается демократизация экономики и прозрачность финансово - хозяйственной деятельности экономических субъектов. Аудиторские организации и аудиторы,

осуществляющие предпринимательскую деятельность интеллектуального характера, постепенно должны сформировать обособленную отрасль экономики.

Литература:

1. Закон Республики Таджикистан «Об аудиторской деятельности» от 22.07.2013 г. №993, г. Душанбе.
2. Постановление Правительства Республики Таджикистан «Порядок выдачи лицензий на осуществление аудиторской деятельности» от 03.04.2007 г., №172, г. Душанбе.
3. Постановление Правительства Республики Таджикистан «О международных стандартах финансовой отчетности» от 13 май 2015г. №314, г. Душанбе.
4. Аренс А., Лоббек Дж. Аудит: Пер. с англ. /Гл. ред. серии проф. Я.В.Соколов/.-М.: Финансы и статистика, 1995.- 560с.
5. Воронина Л.И. «Аудит теория и практика» 2018 №323, г.Москва.
6. Гоибназаров Х.А. Проблемы развития аудита в Республике Таджикистан //Иновационный потенциал бухгалтерского учета и экономического анализа: материалы международной научно-практической конференции – Новосибирск, НГУЭУ, 2014. – С. 124–128.
7. Кеворкова Ж.А., Мамаева Г.Н. «Аудит» 2017 №456, г. Москва.

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 1. ПРОБЛЕМИ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Dashkevich T.V. *State regulation of industries of fuel and energy complex of the republic of belarus* 5

Juraev F.M. *Labor migration in the republic of tajikistan: socio-economic aspect* 8

Orlova K. Ye. *Advertising as a means of enterprise market position strengthening* 11

Yamnenko H. Y., Kosovska L.I. *Strategic approaches to the formation and use of enterprise potential* 13

Алєксєєва К. В. *Оцінка ефективності використання виробничого потенціалу як складова інформаційного забезпечення управлінських рішень* 17

Асророва М.А. *Стратегии развития руководящих кадров на современных предприятиях* 19

Балахніна А.О., Грінченко Р.В. *Формування стратегії конкурентоспроможності промислових підприємств у сучасних умовах* 27

Баценко Л.М., Кошиль А.О. *Зв'язок між структурою та стратегією розвитку організації* 29

Бевз О. В. *Управління закладами охорони здоров'я в умовах системних змін* 32

Безугла Л.С. *Основи функціонування зеленого туризму в Україні* 35

Біленко О.В., Ширіна О.О. *Кадрова політика на підприємствах в Азійських країнах* 37

Біляк Т.О., Ушакова О.О. *Сутність інвестиційної привабливості підприємства* 41

Біляк Т.О., Бордюг Б.М. *Зарубіжний досвід запобігання корупції* 44

Бірюков Т.Р. *Сучасні практики КСВ в українському бізнесі* 48

Богданов М.Х. *Фактори впливу на платоспроможність підприємства* 53

Бондар Д. С., Пащенко О. П. *Інформаційний менеджмент як основа управлінської діяльності* 55

Будурян Т.А. *Тенденции кластерного развития современной экономики Республики Беларусь* 59

Бужимська К.О. *Основні напрямки модернізації підприємств деревообробної промисловості* 63

Бужимський В.В. *Сутність та види модернізації підприємств* 65

Бурачек І.В. *ТАЙМ-менеджмент та його впровадження на підприємстві* 67

Бурківська К.Є. *функції та завдання системи управління трудовим потенціалом підприємств* 70

Бурхонов И.Б., Махамадиева Х.Дж. *Методические аспекты оценки информационно-аналитического обеспечения эффективного государственного управления социально-экономическим развитием региона* 74

Бутенко Д.С. *Позиція України у міжнародних економічних рейтингах* 80

Бухаріна Л.М., Титарчук Д.І. *Вплив дії чинників на доцільність впровадження енергозберігаючих заходів на промислових підприємствах* 84

Валінкевич Н.В., Сологуб Є.В. *Теоретичні засади управління енергозбереженням на промислових підприємствах* 88

Верстова М.О. *Роль кадрового потенціалу в стратегічному управлінні підприємством* 92

Виговський В.Г., Філенко М.М. *Теоретичні основи управління трудовим потенціалом підприємства* 95

Волк Е.В. *Правоотношения в сфере инновационной деятельности* 99

Волк Е.В. *Инновационные стратегии и типы конкурентного поведения организации* 103

Власюк О.В. *Управління фінансами закладів охорони здоров'я* 106

Волковська В. В. *Теоретичні засади формування кадрової політики підприємства* 110

Гахович Н.Г. *Стратегічні пріоритети озеленення промисловості при реалізації угоди про асоціацію україни з ЄС* 112

Гойхман М.В. *Економічна сутність «виробничого потенціалу» підприємства* 116

Гончаренко Н.В. *Теоретичні аспекти ціннісно-орієнтованого підходу в управлінні підприємством* 121

Горященко Ю.Г. *Ways to increase the innovation activity of Ukrainian industrial enterprises* 125

Грабинская Н.Ю., Прилуцкая Н.А. *Концепция безусловного базового дохода и перспективы ее применения в Республике Беларусь* 128

Грінченко Р.В., Колібабчук О.Б. *Обґрунтування необхідності розвитку персоналу підприємства* 132

Демчук Н.І., Петренко Т.С. *Сучасне управління підприємницькою діяльність: інформаційні системи та сучасні тенденції упраління персоналом* 134

Денисюк О.Г. 138

Джеджула В. В., Єпіфанова І. Ю. *Венчурний капітал в інноваційній діяльності підприємств* 140

Джусь М. В. *Теоретичні засади планування результатів господарської діяльності підприємства* 144

Ермакова Э.Э., Кондратюк А.Э. *Интеллектуальная деятельность вузов* 146

Єргієва І.Д. *Теоретичні засади системи збуту* 150

Загоровська В. В. *Управління якістю як фактор успіху підприємства у конкурентній боротьбі* 153

Заєць А.С. *Розвиток концепції економічноїбезпеки підприємств* 156

Зиёева Ш.З., Бойпоччоева Ф.С. *Некоторые проблемы организации безналичных расчётов в Национальной экономике* 160

Зюзіна Д. В. *Чинники та резерви підвищення прибутку підприємства* 163

Івасюк Б.О. *Проблеми планування фонду оплати праці на підприємстві* 166

Канашевська В.В. *Особливості проведення оцінки конкурентоспроможності продукції підприємства* 170

Карпук П.С. *Управление информационными технологиями* 172

Касимов Ж. *Развитие аграрной экономики на основу сельскохозяйственная кооперация* 177

Кащеева Д.А. *Современное состояние инновационной деятельности в строительном комплексе Республики Беларусь* 183

Кащеева Д.А. *Венчурный инновационный бизнес в Республике Беларусь* 185

Климец В.А. *Государственная инновационная политика Республики Беларусь* 189

Климец В.А. *Программа инновационного развития в Республике Беларусь* 192

Ковальчук М.С. *Шляхи підприщення ефективності упавління ефективністю інвестиційної діяльності підприємства* 196

Ковришко У.Ю. *Інструменти контролінгу витрат* 200

Кондратюк А.Э. *Тенденции развития инновационной деятельности в Республике Беларусь* 203

Кондратюк А.Э., Бут-Гусаим И.П. *Развитие малого и среднего предпринимательства в республике беларусь в условиях глобализации* 206

Копыркин М. Ю. *Глобальные проблемы социально-экономического развития* 209

Кошельок Г.В., Царьов О.С. *Фактори, що впливають на конкурентоспроможність підприємства* 213

Кошельок Г.В., Недельчева О. Г. *Чинники та шляхи зростання прибутку на підприємствах переробної промисловості* 217

Кривицкая Т.В., Хурсин Д.А. *Повышение финансовой устойчивости предприятия* 220

Кузьминський Ю. В. *Резерви підвищення ефективності управління трудовим потенціалом підприємств* 223

Куліш Л.П. *Конкурентне середовище як фактор розвитку національного виробництва* 227

Курбонова М., Бозоров А., Бадалова Н. *Совершенствование эффективности в туристических фирмах* 229

Кушнір Д.Ф., Літвінова В.О. *Підвищення ефективності використання енергетичних ресурсів на підприємстві шляхом впровадження відновлювальних джерел енергії* 234

Кушніренко О.М. *Концептуальні засади впровадження технологій індустрії 4.0* 237

Ланківська В. Р. *Удосконалення системи управління матеріальними ресурсами підприємства* 241

Лебедєва О.О. *Особливості управління прибутком підприємств кабельної промисловості* 243

Літвінова А. О. *Роль організації оплати праці на підприємстві* 246

Ляховська О. В. *Підприємства борошномельної промисловість україни: актуальний стан та перспективи розвитку* 249

Мавлонов Ш., Зоиров Ғ. *Опыт зарубежных стран о занятости населения* 252

Мазурок Б. Ю. *Тенденції та проблеми розвитку підприємств сільського господарства України* 256

Марищенко Я.С., Кігай В.А. *Економічна природа фіктивного підприємництва в Україні* 259

Матвієнко М.В., Вадан Д.А. *Теоретичні основи управління економічною безпекою стивідорних компаній* 262

Матвієнко М.В., Петричук С.І. *Формування системи управління ризиками в транспортно-експедиторських компаніях* 265

Мельник Т.Ю. *Сутність та основні товарознавчі аспекти ідентифікації товарів* 269

Ментей О.С. *Проблеми мотивації зайнятості в сільському господарстві* 273

Ментей О.С., Якуніна А.А. *Складові фінансових інвестицій підприємства* 275

Микитюк П. В., Колодич К. М., Филиппова Т.В. *Материально-техническое обеспечение строительства РБ* 279

Мовчан Д.Р. *Маркетингові стратегій як інструмент покращення фінансового стану підприємств туристичної галузі* 283

Муха И.Г.*Розничная торговля в Республике Беларусь* 286

Мухитдинов Ш.Х. *Формирование рынка труда в условиях развития и его особая роль в обеспечении экономического роста Узбекистана* 290

Мухторов Д.Б. *Факторы и условия конкурентоспособности предприятий в региональной экономике* 296

Навруз–Зода Б.Н., Мухитдинов Ш.Х. *Перспективные управление социально-экономического развития регионов и структурной основа Узбекистана* 301

Наумчук О.А. *Підвищення рівня працездатності працівників підприємства* 307

Невмержицька А. *Право неповнолітніх на працю: особливості реалізації у сучасній Україні* 309

Нацевич О. С. *Управління фінансовим станом підприємства та шляхи його удосконалення* 312

Неліпович О.В., Юшкевич О.О. *Напрями мотивації та стимулювання праці персоналу підприємства* 316

Ніков В. Ю. *Діагностика фінансового стану підприємства* 319

Носко Н.В. *Процесс управления повышением производительности труда в строительстве* 321

Овандер Н. Л., Дорохов М.О. *Рейтингова оцінка інвестиційної привабливості прат «ФАВОРИТ КОМПАНІ»* 325

Онищенко О.А., Бахметова Я.Ю. *Контроль у сфері державних закупівель* 327

Панченко В. *Заощадження та їх роль в економіці очима молоді* 330

Панченко Д.О. *Соціально-психологічні наслідки молодіжного безробіття* 334

Папп В. *Поняття заощаджень громадян та їх функціональне призначення* 336

Пащенко О. П., Толочко М.С. *Нормативно-правове забезпечення управління збутовою діяльністю підприємства* 340

Пеняк Ю.С. *Роль інформаційного забезпечення при управлінні конкурентоспроможністю підприємств* 344

Петренко О.П., Сон К.Е. *Напрямки покращення фінансових результатів діяльності підприємства* 347

Петрук А.С. *Сучасний стан розвитку та напрями покращення фінансових результатів підприємств у сфері міжнародних транспортних перевезень* 350

Потнікова М. Ф. *Проблеми та перспективи розвитку малих підприємств на сільських територіях* 354

Погодіна В.А. *Проблеми визначення поняття фінансового забезпечення підприємства* 357

Поліщук О. А. *Застосування методів управління доходами підприємства* 360

Почоева М.А. *Эффективность управление малымбизнесом в экономике РТ* 363

Пучкова С.І., Яновський Д.Л. *Забезпечення соціально-економічноїбезпеки підприємства* 367

Рашевець М. Р. *Теоретичні підходи до аналізу фінансовогостану підприємства* 371

Редько М. М., Пащенко О. П. *Удосконалення системи збуту на підприємстві за рахунок аналізу збутового потенціалу* 374

Русаловський А.А. *Розвиток корпоративної культури підприємства* 376

Савельєва І.В., Мажуга Д.В. *Оцінка якості послуг транспортно-експедиторських компаній* 378

Семенова В.Г., Калмазан Ю.А. *Стратегічні напрямки зростання обсягу прибутку підприємства* 381

Сингаївська К. П. *Економічна сутність майнового потенціалу підприємства* 385

Сівак Т.О. *Зарубіжний досвід регулювання морально-психологічного клімату в системі управління персоналом підприємства* 389

Сімайкін С.Г. *Проведення співбесіди з персоналом як напрям кадрової роботи на підприємстві* 393

Сімчук А. Р. *Механізм забезпечення економічної безпеки підприємств* 395

Сірко А. Ю. *Проблеми управління підприємством в сучасних економічних умовах* 399

Скоробогатова Н. Є. *Інновації як джерело сталого розвитку бізнесу в умовах індустрії 4.0* 401

Совпель К. А. *Управление проектами в сфере информационных технологий* 405

Страшко О.П. *Технології впровадження HR-аналітики до системи контролінгу персоналу в Україні* 408

Ткаченко О.С., Прянічнікова Є.М. *Підходи до формування системи фінансово-економічної безпеки підприємства* 411

Ткаченко Г.А. *Ключові аспекти менеджменту на сільськогосподарських підприємствах* 414

Ткачук Г.Ю., Ходаківська М.Д. *Методичні засади управління прибутком підприємства* 418

Ткачук Г.Ю., Квачук Т.С. *Оптимизація структури капіталу сільськогосподарських підприємств* 422

Ткачук В.О., Гладких В.О. *Підвищення персональної заінтересованості працівників у кар'єрному рості* 427

Турсунов Р.З. *Организация производственного процесса на предприятии* 431

Тушак А.В. *Здобуття «soft skills» студентами у зво як один із найвагоміших внесків у майбутню кар'єру* 434

Фёдоров А.В. *Влияние принципов системного подхода на построение систем управления качеством* 437

Харчук С. О. *Удосконалення організації оплати праці персоналу підприємств галузі фінансового посередництва* 441

Хурсин Д.А., Страпко И.В. *Управление ресурсами предприятия в сфере услуг* 444

Церпіцька О.В. *Розвиток корпоративної культури* 446

Шарипова Ш.М. *Роль муниципального заказа в реализации стратегии развития муниципального образования* 449

Швейкус А. А. *Экономическая несостоятельность предприятий в Республике Беларусь. санация* 451

Шевченко А.А., Кобилянський А.П. *Інноваційні ресурсозберігаючі технології – шлях до економічного розвитку аграрних підприємств* 455

Шевченко Н.В., Руда О.І., Галайко Н.В. *Особливості проходження процедури лістингу українськими акціонерними товариствами* 459

Шевчук К.А. *Детальный и диагностический подходы в оценке инновационного потенциала предприятия* 461

Шикасюк А.И. *Особенности систем управления мотивацией персонала* 464

Шикасюк Е.И. *Пути повышения эффективности использования трудовых ресурсов* 468

Шишкін В.О. *Сучасні тенденції в корпоративному управлінні* 472

Шляхова А.Ю. *Формування мотиваційного механізму підвищення продуктивності праці персоналу підприємства* 474

Щербина В.В., Кольчак Д.В. *Управління змінами підприємства портової діяльності* 477

Янчук Д.Н. *Государственное регулирование инновационной деятельности в Республике Беларусь* 480

Янчук Д.Н. *Анализ современных проблем управления персоналом* 482

СЕКЦІЯ 2. СУЧАСНІ МОДЕЛІ ЕФЕКТИВНОГО БІЗНЕСУ ПІДПРИЄМСТВ

Iliychovski Svetoslav *Women digital skils analisys* 487

Petrova Simeonka *Strategic development of the retail assortment: methodology and application* 491

Solomina G.V., Nedoynov K.V. *Business - the enterprise model by the "8 cubes" method* 495

Yuldashev Sh.E., Nurullaev U.U., Pardaev Kh.A. *General and theoretical aspects of sustainable development of agriculture in Uzbekistan* 497

Yuldashev Sh.E., Sultonov B.A., Tagaev A.S. *Family business is one of the priorities of social development in Uzbekistan* 502

Амиркулов Ш.О. *Особенности формирование человеческого капитала в аграрном секторе* 506

Біляк Т.О., Намонюк А.М. *Управління збутом через crm-систему* 511

Бірюченко С.Ю. *Плата за оренду підприємством власних земельних ділянок працівників як особлива складова доходу персоналу* 512

Бойко І.М. *Формування бізнес-моделі інноваційного розвитку підприємств* 515

Бойко О. В. *Обгрунтування резервів підвищення ефективності управління економічною безпекою підприємства* 519

Боровська А.О. *Виробничий потенціал: поняття, склад, структура та оцінка для промислових підприємств* 522

Виговська О.А. *Сучасний стан та фінансове забезпечення транспортної галузі України* 526

Гладищук Я. А. *Формування іміджу підприємства як фактор забезпечення його конкурентоспроможності* 530

Жирко Н.С., Зубик Ю.М. *Бізнес - моделювання стартап проектів: зарубіжний досвід* 534

Іванченко В.О. *Адаптація інтегрального показника оцінки конкурентоспроможності до сучасних умов господарювання* 537

Калашнюк Д.О., Матвієнко А.В. *Управління оборотними активами як складової майнового стану підприємства* 540

Кобилов А. *Влияние прямых иностранных инвестиций на экономический рост в развивающиеся страны* 544

Курбанов А. Б., Мойлиев Э.Б. *Роль малого бизнеса в национальный экономики* 550

Маковський І. Ю. *Етапи становлення та значення інформаційної безпеки для ефективного функціонування підприємств* 554

Мамчур А. М. *Стимулирование экономического роста субъектов индивидуального предпринимательства* 558

Овдіюк О.М., Кухарець В.В. *Управлінські рішення в циклі управління підприємницькими організаційними структурами* 564

Остапчук Т.П. *Розвиток концепції управління процесом моделювання бізнесу: сучасні тренди бізнес-моделей* 567

Речич В.С., Речич О.І., Шкуропата О.Л. *Особливості формування бізнес-моделі підприємства* 572

Рондова М.А. *Оцінка бізнесу як інструмент ефективного управління підприємством* 575

Руснак О.В. *Диверсифікація як механізм розвитку підприємства* 578

Толочко М.С., Пащенко О. П. *Нормативно-правове забезпечення управління збутовою діяльністю підприємства* 581

Ткачук Г.Ю. *Ощадне виробництво запорука економічної безпеки сільськогосподарських підприємств* 585

Ткачук Г.Ю., Рокітенець І.В. *Механізм фінансового планування на підприємствах* 589

Турсунов И.Э., Шамсуддинов Н.Н. *Методика оценки инновационного потенциала развития предпринимательства регионов* 593

Халиков С.Р., Равшанов А.Д., Бердиев Х. *Перспективы интеграции национальной экономики на основе формирования кластеров* 599

Халимов Ж. *Агросервисной системы в рыночных отношениях АПК* 605

Хилькович А.В. *Информационные технологии управления как средство реализации управленческих воздействий на работу производственной организации* 612

Ходжибоева М.А. *Роль государства в регулирование территориального потребительского рынка в современных условиях* 618

Хусаинов О.ДЖ., Хушвактов А. *Агросервис основа повышение эффективности производства продукции животноводства* 621

Шохужаева З.С. *Проблема рационального использования водных ресурсов в орошаемом земледелии Республике Узбекистан* 625

Эргашев Р.Х., Беглаев У.Х. *Значение создания кластера в рыбных хозяйствах* 631

Юнусов И.Х. *Понятие и виды лизинга, отличительные особенности от аренды и кредита* 635

СЕКЦІЯ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ІНТЕГРАЦІЇ ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА, МАРКЕТИНГУ ТА ЛОГІСТИКИ ПІДПРИЄМСТВ

Filipova Teodora *Women commercial intermediation skils analisys* 639

Kharchenko T.M., Su Yahui, Nandosora Katjatako *Marketing philosophy of green business companies* 643

Marinov Ivan, Georgieva Galia *Advertising – key factor for business success* 646

Perkov Ventsislav *Linkages betwin strategy and supply chain in retailing* 650

Solomina G.V. *The concept of inclusive economy in the context of globalization* 653

Абдуганиев Ш.К. *Инновационные аспекты развития гостиничного предпринимательства* 655

Біляк Т.О., Чорний С.В. *Управління рекламною діяльністю підприємства* 660

Бондарчук М.Є. *Місце України на світовому ринку продовольства* 663

Гусаревич Ю.В., Воробей А.С. *Цілі та завдання збутової політики підприємства* 666

Микитюк В.И., Флячинская Н.Н. *Перспективы развития транспортного обслуживания в Республике Беларусь* 668

Нестерова І.В., Юшкевич О.О. *Особливості комплексу маркетингу в електронній комерції* 671

Онищенко А.І. *Основи стратегічного планування в маркетинговій діяльності підприємства* 674

Поливанюк І.І. *Інструменти коучингу в системі маркетингу* 676

Процевят О.С. *Оцінка динаміки сировинного експорту львівської області* 685

Страпко И.В., Микитюк В.И. *Влияние инновационного фактора на национальную конкурентоспособность* 688

Страпко И.В., Сушко О.В. *Состояние и перспективы развития рынка банковских и страховых услуг в Республике Беларусь* 691

Сушко О.В., Микитюк В.И. *Прогнозирование и планирование транспортных перевозок в Республике Беларусь* 694

Сушко О.В., Флячинская Н.Н. *Применение инноваций на предприятиях сферы услуг* 696

Усанов А., Джалилов Р.Х. *Роль камерального контроля в экономическом развитии Республики Узбекистан* 699

Шабатура Т.С., Тітієвський М.В., Касир Т. *Питання щодо формування облікової політики* 707

Шадріна Д.В. *Особливості стратегічного маркетингового планування в діяльності підприємства* 711

СЕКЦІЯ 4. МОДЕЛЮВАННЯ ТА ПРОГНОЗУВАННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Akbarov Husan Uzbekhonovich *Econometric analysis for increasing economic efficiency in fruit production* 714

Khujakulova N. *Corporate social responsibility and its impact on business entities* 718

Montrin I.I. *The impact of globalization on the tourism business* 722

Абдурахмонова Б.С. *Конкурентоспособности региона на основе формирования и развития продовльственного кластера* 724

Адылова З.Д. *Обеспечение качеством образования и повышение уровня научно-педагогоческого потенциала в условиях инновационого развития экономики Узбекистана* 730

Азизова Н.Х. *Концептуальные основы развития инновационной экономики* 733

Алексеев Ю.Г., Ганчеренок И.И., Турсунов И.Э., Ф.С. Темирова *Глобализация 4.0: необходимость новых моделей образования* 738

Ахмедова М.А. Роль домашнего хозяйства в развитии региональной экономики 745

Гордиенко Д.Р. *Пути развития малого бизнеса в условиях глобализации в Украине* 749

Дубовская В.А., Котковец А.И. *Внешнеторговая политика Республики Беларусь* 752

Король Е.С., Делендик Д.О., Кулакова Л.О. *Развитие сферы информационных технологий в Республике Беларусь* 756

Кривицкая Т.В., Флячинская Н.Н. *Пути повышения эффективности инновационного развития Республики Беларусь* 760

Курченко Л.М. *Жіноче цифрове підприємництво у світовій торгівлі: сучасний стан і прогноз розвитку* 763

Малиш Н.В. *Мультиплікація інновації у фінансовій системі: фінансовий інжиніринг* 766

Микитюк В.И., Сушко О.В. *Тенденции развития сферы слуг в условиях рыночных отношений* 769

Мишкова М.П. *Экономические процессы в условиях глобализации* 772

Нагорнюк Ю.С. *Фінансування агропромислового комплексу* 775

Насуллоджонова Ш.А. *Оценка эффективности использования человеческого капитала в регионе* 778

Онищенко О.А., Яндола Н.П. *Інноваційний розвиток підприємства у сфері IT-послуг* 782

Полчанов А.Ю., Фещук Н.О. *Оцінка Макрофінансової Ситуації В Україні* 785

Полчанов А.Ю. *Прогнозування зміни валютного курсу під впливом сезонних факторів* 790

Рахматуллаев А.И., Исматуллаев Ж.А. *Улучшение инвестиционного климата является важным фактором развития* 792

Сапронов О.В. *Розробка стратегії управління організацією* 796

Тайлакова Д.Б. *Развитие предпринимательства в сфере обслуживания* 798

Тімченко О.Д., Смокова Л.М. *Сучасні тенденції розвитку споживчого ринку України* 801

Файзиева Ш. Ш., Юлдашева Ш.А. *Организация и пути малого и среднего бизнеса* 804

Файзиева Ш. Ш., Кулдашева М. М. *Малый и средний бизнес в промышленных инновационных кластерах* 808

Хамраева С.Н., Тухтаева М. *Тенденция развития предпринимательства в сфере услуг в Республике Узбекистан* 810

Чиквашвілі Д.О., Соломіна Г.В. *Інтеграція логістики та маркенингу в контексті економічного розвитку* 814

Шамсиев Ф.К. *Оценка структурных сдвигов в региональной промышленной системы согдийской области* 817

Шандова Н.В. *Національні моделі економічного зростання* 822

Яновський Д.Л. *Тенленції розвитку ринку функціональних продуктів* 826

СЕКЦІЯ 5. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПРІОРИТЕТИ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Анісімов М.Д., Балджи М.Д., *Обґрунтування впровадження стратегії розширення сфери діяльності торговельного підприємства* 831

Власенко Н.О. *Оцінка сучасного стану оптової торгівлі в Україні* 835

Дерев'янчук Т. І. *Оцінка конкурентоспроможності підприємств роздрібної торгівлі* 838

Джамолидинов С.Р. *Приоритетные направления повышения конкурентоспособности потребительского комплекса* 842

Карпенко В.О. *Аналіз стану та персективи розвитку торговельних підприємств в Україні* 845

Козловская И.А. *Преимущества интернет-торговли как направления торговой политики предприятия* 847

Колодич К. М., Хурсин Д. А., Филиппова Т.В. *Предприятие как субъект хозяйствования РБ* 851

Кулаков И.А., Флячинская Н.Н. *Особенности проведения электронных аукционов в Республике Беларусь* 855

Латипова П.О. *Развитие инфраструктуры системы розничной торговли Согдийская область* 859

Мазур О. Є. *Розвиток каналів розподілу в інтернет-торгівлі* 864

Негматова Ш.Г. *Роль домашних хозяйств на формирование и развитие розничной торговли* 868

Ниёзов Д.С. *Гравитационный метод обеспечения конкурентоспособности предприятий розничной торговли на потребительском рынке* 872

Носаченко О.А. *Резерви підвищення конкурентоспроможності підприємств оптової торгівлі* 880

Носова Т.І., Говоруха А. *Планування та організація закупівель в торгових підприємствах* 883

Носова Т.І., Поршнєва А. *сучасні тенденції з проведення міжнародних аукціонів* 886

Носова Т.І., Соломінова П.А. *Особливості розвитку франчайзингу як форми підтримки малого підприємництва в Україні* 888

Носова Т.І., Петров В.А. *Аналіз ринку онлайн-торгівлі в Україні* 892

Павлюк Т.С. *Соціальне підприємництво, як новий пріоритет діяльності торгогвельних підприємств* 896

Ткачук Г.Ю., Назарківська А.О. *Напрямки поліпшеня збутової політики підриємств* 898

Тошматова Р.К. *Условия формирования экономического пространства в современных условиях* 901

Филипенко О.М., Колєснік Т.С. *Вимірювання споживчої лояльності торговельного підприємства* 906

Филиппова Т.В., Марчук А.В. *Проблемы предприятия, вызванные складированием продукции* 909

Филиппова Т.В., Хурсин Д. А., Микитюк П. В. *Доходы и расходы предприятия* 911

СЕКЦІЯ 6 ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ БУХГАЛТЕРСЬКОГО ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ І АНАЛІЗУ

Barakaev O.O. *Influence of external audit and audit committee on enterprise efficiency in corporate governance system* 917

Азамова Ш.С. *Сущность активов предприятия и их классификация* 920

Бахметьєва В.В. *Бухгалтерський та управлінський облік запасів в роздрібній торгівлі* 924

Бєляєва Л.А. *Облікова політика та облікові оцінки* 927

Блиндюк Н.А. *Витрати на маркетинг та рекламу: проблеми облікового відображення* 931

Бобоев Н.Н. *Классификация и оценка нематериальных активов* 933

Зиёваддинзода С. *Правовые основы применения международных стандартов финансовой отчетности кредитными организациями в Республике Таджикистан* 935

Зиёвадинов Д.Р. *Содержание концепции контроля согласно МСФО* 940

Каримова М.Р. *Особенности организации учета основных средств в соответствии с МСФО* 945

Каримова М.Х. *Методика формирования финансовой отчетности в коммерческих банках Республики Таджикистан* 948

Кліванська А.С. *Проблемні питання в сфері криптовалютних операцій* 952

Козяр С. Л. *Нормативне регулювання бухгалтерського обліку земельних ділянок сільськогосподарського призначення* 955

Котляр Т.П., Мельник Н.В. *Особливості бухгалтерського обліку і оподаткування в інтернет-торгівлі* 959

Кошельок Г.В. *Сучасні методи аналізу грошових потоків підприємства* 962

Лайчук С.М., Ковальчук О.Р. *Проблеми та напрями удосконалення організації бухгалтерського контролю на підприємстві* 965

Матвієнко О.С. *ФОП: обрання системи оподаткування* 967

Мирзобой А. *Исчисление подоходного налога в бухгалтерском учете Республики Таджикистан* 969

Мулладжанова М.М. *отраслевые спецификации и их влиявление на подготовку отчета по МСФО* 974

Олефір О.О. *Напрями удосконалення оподаткування діяльності вітчизняних підприємств в умовах діяльності на зарубіжних ринках* 978

Рахматходжаев М.М. *Проблемы и перспективы внедрения мсфо в Республике Таджикистан* 980

Сайфиддинов А.Б., Саломов Д.Ф. *Государственный налоговый менеджмент в системе налогового администрирования в Республике Таджикистан* 985

Солиева Р. РОЛЬ *Международных стандартов финансовой отчетности в развитии бухгалтерского учета в Республике Таджикистан* 988

Соснін В.М. *Особливості бухгалтерського обліку операцій з ремонту та модернізації основних засобів* 993

Ткачук Л.В. *Розвиток бухгалтерського обліку витрат на інновації* 995

Хайруллоев А. *Значение мсфо в гармонизации системы бухгалтерского учета в Республике Таджикистан* 997

Ходзицька В.В. *Управління поточними активами корпорацій: обліковий аспект* 1002

Шомахмедов М.Х. *Нормативно – правовая основа осуществления аудита и аудиторской деятельности в Республике Таджикистан* 1005

Наукове видання

Підприємницька модель економіки та управління розвитком підприємства

тези II Міжнародної науково-практичної конференції

Відповідальний за випуск: в.о. завідувача кафедри менеджменту і підприємництва, д.е.н., доц. Т.П. Остапчук

Комп'ютерний набір та верстка: пров. фахівець О.В. Манчуківська

Відповідальність за зміст матеріалів несуть автори

Редакційна колегія може не поділяти думок авторів