

**МАТЕРИАЛИ**  
**XVI МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНА ПРАКТИЧНА**  
**КОНФЕРЕНЦИЯ**

**НОВИНАТА ЗА НАПРЕДНАЛИ**  
**НАУКА - 2020**

15 - 22 май 2020 г.

**Volume 5**

София  
«Бял ГРАД-БГ ОДД»  
2020

То публикува «Бял ГРАД-БГ» ООД, Република България,  
гр.София, район «Триадица», бул.« Витоша» №4, ет.5

Редактор: Милко Тодоров Петков

Мениджър: Надя Атанасова Александрова

Технически работник: Татяна Стефанова Тодорова

Материали за XVI международна научна практическа конференция,  
Новината за напреднали наука - 2020, 15 - 22 май 2020 г.: София. «Бял  
ГРАД-БГ» - 88 с.

За ученици, работници на проучвания.

Цена 10 BGLV

ISSN 1561-6908

© Колектив на автори, 2020

© «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2020

## ИКОНОМИКИ

### Икономиката на предприятието

Студент 4-курса Ниязова Д.П.

*КазНУ им. аль-Фараби, Казахстан*

#### **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ НА ПРИМЕРЕ АО «КАЗАХТЕЛЕКОМ»**

В данной статье рассматриваются важнейшие аспекты проблемы деятельности в сфере телекоммуникационных услуг на примере АО «Казахтелеком» – компании, являющейся одной из основных организаций Казахстана в данной области. Автор работы выясняет, что именно препятствует реализации стратегии повышения конкурентоспособности компании при расширении потребительского рынка и освоении новых услуг. По результатам анализа существующих недостатков предлагаются возможные пути их устранения, а также совершенствования работы компании.

Международный опыт управления брендингом давно уже доказал, что одной рекламой добиться высокого уровня конкурентоспособности невозможно. Но и поддержание рекламы ценами и тарифами тоже имеет свои пределы. Наибольшую роль в развитии бренда обычно играет качество и своевременное включение инноваций в товарный портфель тех компаний, которые функционируют в реальной рыночной среде, характеризуемой как высококонкурентная. С этих позиций большое влияние может играть расширение франчайзинга ведущих компаний и их опыт использования инноваций в своей деятельности [1].

Для рынка телекоммуникационных услуг Казахстана франчайзинг стал обычным явлением, но его эффективность во многом зависит от того, как франчайзер, а это в Казахстане на данном рынке АО «Казахтелеком», умеет отслеживать, контролировать и влиять на качество услуг у своих франчайзи и арендаторов помещений. Особенностью услуг франчайзеров АО «Казахтелеком» состоит в том, что практически все они напрямую общаются с потребителями, то есть осуществляют

свою деятельность в рамках маркетинга взаимоотношений (личные контакты производителей услуг со своими клиентами). В таком случае на оценку качества влияют не только способы общения с клиентами, но и место расположения производителей услуг, цена на услуги и другие способы их продвижения. Со всех этих позиций рынок телекоммуникационных услуг Республики Казахстан имеет отличие от других потребительских рынков страны [2].

Так, развитие экономики государства, международных отношений и информационных технологий предопределило большой рост потребления услуг телекоммуникаций. Данное обстоятельство делает рынок телекоммуникаций очень привлекательным для инвестиций, о чем свидетельствует увеличивающееся количество лицензий и появление международных операторов на рынке РК. Вследствие чего конкуренция на рынке телекоммуникаций не только резко возросла, но и породила определенные сложности работы франчайзеров. Наиболее критическое положение у операторов фиксированной связи. Появление субститутов в виде операторов мобильной связи, операторов доступа к сети Интернет, внедряющих новые технологии, приводят к тому, что операторы фиксированной связи находятся в тисках обстоятельств: традиционные источники доходов уменьшаются, и на рынок приходят новые игроки, а качество оказываемых ими услуг не улучшается. Оставаться в данном случае в бездействии означает терять позиции и, соответственно, доходы. Следовательно, помимо традиционных для телекоммуникационных операторов методов продвижения своих услуг необходимо изыскивать новые пути укрепления своих брендов путем улучшения качества по всему спектру, расширения предлагаемой товарной линейки, дифференцирования тарифов, повышения качества личного обслуживания, оптимизации бизнес-процессов, стимулирования лояльности существующих пользователей, а также привлечения новых пользователей улучшением качества предлагаемых услуг и снижением цен на услуги без потери качества с учетом того, что затраты на производство и маркетинг товара играют в ценовой стратегии едва ли не самую главную роль, цена товара не должна являться простой суммой стоимости производства, маркетинга и прибыли. Известно, что чем больше разница между себестоимостью товара и его ценой, тем больше прибыль. Однако если при определении ценовой стратегии ограничиваться только возмещением издержек производства и игнорировать потребительский

спрос и качество услуг, то можно искусственно лишить себя важного элемента маркетингового процесса. Восприятие цены влияет на восприятие бренда как качественного, так как в момент свершения покупки потребители всегда сравнивают цены на приобретаемый товар (услугу) и их качество. У потребителя существует твердое убеждение, вне зависимости от того, правильное оно или нет, относительно того, за какое качество и по какой цене он готов платить за бренд как за качественный продукт. В данном случае задача бренд-менеджера состоит в том, чтобы определить единственно разумную цену, которая не будет являться ни завышенной, ни заниженной. Стратегия низких цен в данном случае отнюдь не является заведомо выигрышной, поскольку заниженная цена снижает стоимость бренда в сравнении с другими товарами аналогичного качества. Если вкладываются средства в производство высококачественного товара или услуги, то стремление максимально снизить цену может привести к тому, что потребитель, руководствуясь мнением, что дешевый товар не может быть качественным, перестанет приобретать данный товар. Завышенная цена, в свою очередь, повышает стоимость брендового предложения. Но в этом случае опасность заключается в том, что ожидания покупателя относительно качества приобретаемого товара (услуги) по завышенной цене могут не оправдаться. Следовательно, и для новых, и для относительно зрелых товаров цена оказывается очевидным дифференцирующим признаком состояния качества.

**В рамках продвижения бренда качество становится одним из решающих факторов и порой даже подменяет собой место в росте сбыта рыночного продукта.** Тем не менее, место, где потребитель покупает товар, также может способствовать повышению ценности бренда. В данном случае для франчайзеров АО «Казахтелеком» будет играть роль как тип помещения, где оказываются услуги, так и его месторасположение. Это может быть простой склад, как у Ikea, или торговый супермаркет, как Мега-центр или Рамстор. Бренды, распространяемые через сеть розничной торговли, используют оформление места продажи, которое призвано донести брендовое сообщение до покупателя среди множества других товарных предложений. Для большего дистанцирования от конкурентов крупные компании-франчайзи выделяют под свои бренды целые отделы. У оператора связи АО «Казахтелеком» функционирует собственная сеть сервиса. Поэтому необходимо отметить, что образ и восприятие потребителями телекоммуникационных брендов в большей

степени зависит от уровня сервиса, оказываемого работниками фронт-офисов и их умения общаться с клиентами, по которому потребители оценивают качество основного объема всех оказываемых телекоммуникационных услуг [3]. Поэтому качество услуг франчайзи и самих операторов связи АО «Казахтелеком» во многом зависит от того, как менеджеры всех этих предприятий умеют работать с людьми, непосредственно контактирующих с потребителями (по телефону или при личных контактах).

В современном маркетинге подразделения компании или отдельные сотрудники должны рассматриваться как стратегические бизнес-единицы компании. В некоторых источниках по управленческому учету встречаются методы учета коллектива как долгосрочных активов компании. Данный элемент необходимо включать в комплекс маркетинга, так как готовность людей поддерживать и продвигать продукты компании за счет качества общения на всех уровнях увеличивает динамичность развития бизнеса. Это особенно справедливо для сектора услуг, в том числе и для телекоммуникационных. Сотрудники фронт-офиса, осуществляющие прямые продажи, должны осознавать, что они представляют корпоративный бренд, и от уровня качества их обслуживания напрямую зависит оценка ценности бренда потребителем [4].

**Это требует изменения системы управления трудовым персоналом как в самой компании, так и в контроле за соответствующими действиями франчайзеров.** Развить подобный контроль за кадровым менеджментом франчайзи можно через систему совершенствования договоров (контрактов), заключаемых с ними. С арендаторами такой процесс организовать сложнее, но и в этом случае можно добиться повышения качества услуг, реализуемых в личных контактах, включив в договора соответствующий пункт, как необходимость поддержания бренда АО «Казахтелеком» потому, что арендаторы находятся на его территории и действуют под его товарной маркой, указанной на входе в помещение.

Внутри компании эта работа должна быть направлена на улучшение управления трудовыми ресурсами и перевод ее из системы управления кадрами в систему управления человеческими ресурсами. Совершенствование системы управления человеческими ресурсами необходимо проводить в двух

направлениях: преобразование организационной системы управления и создание действенной системы мотивации.

Преобразование системы управления должно иметь целью организацию работ на основе процессного подхода и поддержки бизнес-процессов, отвечающих требованиям эффективности и результативности, их непрерывного совершенствования путем предупреждающих и корректирующих действий, а также применения в управлении информационных технологий. Целью преобразования организационного системы управления может быть достижение следующих показателей:

повышение эффективности системы управления на основе оптимизации бизнес-процессов, организационной структуры и численности персонала;

формирование современной телекоммуникационной инфраструктуры;

повышение эффективности системы продаж при помощи роста качества общения с потребителями. Поэтапное изменение схем административного управления структурными подразделениями

#### **АО «Казахтелеком» может предполагать:**

Определение какого-либо из действующих структурного подразделения в качестве пилотной зоны, обеспеченного средствами автоматизации деятельности и управления, всеми каналами связи, подготовку и переподготовку работников, разработку соответствующей регламентирующей документации. Основой этого может стать договор о том, что владельцем процессов по вертикали каждого блока является функциональный директор. Сохранение управляемости подразделениями можно обеспечить путем перераспределения функций, наделения большими правами и полномочиями в части административного управления.

Закрепление результатов, устранение ошибок, накопление опыта.

Централизация по филиалам, а в дальнейшем в целом по Компании отдельных ее сервисных служб (участок предоставления услуг междугородной/международной связи, централизованное бюро ремонта, справочные служб), вывод функций указанных подразделений из уровня районных подразделений, что может сделать возможным эффективное управление и контроль всех взаимоотношений с клиентами на уровне центра.

Внедрение централизованного биллинга, а также завершение работ по созданию единой базы данных с максимальным использованием возможностей программных продуктов SAP, CRM, корпоративного портала, сосредоточение в едином центре обработки всей абонентской базы, тарификации и подготовки данных для счетов.

Обосновать такую этапность работ можно изучением опыта отдельных международных телекоммуникационных компаний и частичного его применения в некоторых филиалах Компании.

Улучшение системы мотивации и повышения квалификации должно иметь целью повышение личной заинтересованности каждого работника в конечном результате работы АО «Казахтелеком» в целом. Достижение указанной цели возможно при коренном изменении существующей системы стимулирования прежде всего работников коммерческого блока как филиалов, так и Центрального аппарата АО «Казахтелеком».

Известно, что система мотивации является инструментом повышения результатов от деятельности персонала путем развития непосредственной заинтересованности сотрудников коммерческих подразделений в индивидуальной и объективной оценке их труда и росте оплаты в зависимости от качества труда. Несомненно, что сочетание системы целей, показателей их достижения и стимуляции результатов труда, основанной на исполнении фактических показателей должна повлечь за собой повышение эффективности деятельности подразделений продаж. Действующие в настоящее время системы мотивации и стимулирования труда работников коммерческого блока разнородны и несовершенны, имеют различную ориентированность, разную систему оценки и принципы распределения оплаты труда, а, следовательно, и различное влияние на конечный результат [5].

Каждый сотрудник должен иметь ключевые показатели эффективности (КПЭ), напрямую связанные с его мотивацией. Результаты выполнения показателей деятельности должны использоваться для расчета бонусов и премий.

**Система мотивации должна предусматривать:**

операционную

(ежемесячная, ежеквартальная, по результатам года) стимуляцию, зависящую

от результатов исполнения стратегических задач и текущей деятельности филиала в целом;

точечную мотивацию, направленную на достижение определённых краткосрочных разовых целей, оперативно возникающих перед Компанией;

мотивацию за счет внедрения перекрестных продаж (получаемого комиссионного вознаграждения от продаж услуг дочерних компаний) и внедрения инноваций в деятельность работников.

**Для дополнительной мотивации подразделений коммерческого блока, осуществляющих непосредственные продажи услуг, также должна применяться бонусная система, предусматривающая такие показатели как:**

- привлечение новых клиентов;
- удержание существующих клиентов;
- привлечение клиентов сторонних операторов;
- развитие дополнительных продаж услуг клиентам.

Одним из факторов успешных продаж является наличие в компании высоко квалифицированных сотрудников front– офиса (hunter, sales – manager и т.д.). Достижение указанной цели возможно только при индивидуальном подходе в оплате и обучении каждого сотрудника. Заимствование со стороны уже обученных сотрудников не решает проблемы качества услуг, так как им нужно изучать специфику работы АО «Казахтелеком», а главное, учесть непрерывное развитие отрасли, необходимость внедрения новых технологий и услуг, перемены на рынке или в сознании клиентов, которые требуют постоянного повышения квалификации сотрудников Компании. Обучение работников АО «Казахтелеком» должно быть систематическим, планомерно представлять процесс, а не отдельные его события.

Для формирования групп обучающихся необходимо проводить дифференциацию персонала, в соответствии с которой нужно осуществлять очное или дистанционное обучение работников коммерческого блока, филиалов с привлечением ресурсов действующего на базе АО «Казахтелеком» Центра повышения Квалификации (ЦПК) и внутреннего корпоративного портала. Основным видом обучения в условиях крупной компании должно стать дистанционное обучение. Работники коммерческого блока должны быть мотивированы для проведения самообразования через Корпорати

вный портал Компании. Внутренний Корпоративный портал должен являться источником информации по существующим в мировой практике новым процессам, услугам и содержать «базу знаний» для самообучения сотрудников. Используя ресурсы Корпоративного портала, можно будет проводить рейтинговую оценку филиалов по образовательному уровню работников, степени их профессионализма и качества работ.

Проведение целенаправленной работы по улучшению системы мотивации и повышению квалификации работников позволит поддерживать в Компании достаточно высокий уровень профессионализма, что, несомненно, может положительно отразиться на финансовых и качественных показателях работы сотрудников Компании.

## Литература

1. Найзагарин А.А. Брендинг как основа построения маркетинговых коммуникаций в коммерческих банках // Вестник КазНУ им Аль-Фараби. Серия экономическая. – – № 3 (55).- С. 66.
2. Кисиков Б. Франчайзинг в Казахстане. – Алматы, 2004 – 49 с.
3. Иванюк В. Практические аспекты маркетинга телекоммуникационных услуг. – – 130 с.
4. Березин И.С. Маркетинг и исследования рынков. – М.: Русская Деловая Литература, 1999. – 416 с.
5. Кретов И.И. Маркетинг на предприятии. – М.: Финстатинформ, 2004. – 126 с.

**К.е.н. Кабаченко Д.В., Сипало В.В.**

*Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»*

## **СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ**

**Актуальність теми.** Україна є аграрно-індустріальною країною, тому сільськогосподарське виробництво є провідним у її економіці. Розвиток інноваційної діяльності має велике значення не тільки для окремого підприємства, але й для збільшення економічного потенціалу держави, за допомогою збільшення обсягів випуску наукомісткої продукції.

**Постановка проблеми.** Аграрний сектор економіки країни є достатньо складним, трудомістким і ризикованим. На сільськогосподарське виробництво здійснюють значний вплив ґрунтово-кліматичні та економічні умови. Прибутковість агропромислових підприємств повністю залежить від погоди та якості підтримки продукції під час її вирощування. Тому для забезпечення стабільності виробництва велике значення має розробка та запровадження технологічних, технічних та організаційно-економічних заходів, а також економічних механізмів регулювання розвитку підприємств цієї галузі.

**Аналіз досліджень проблеми.** Проблемними питаннями впровадження інвестиційних проектів на промислових підприємствах присвячено чимало праць вітчизняних та закордонних авторів. Принципові положення, що стосуються технологічних інновацій, у своїх роботах висвітлили О.І. Амоша, О.В. Березін, В.П. Бистров, О.І. Гарафонова, В.М. Геєць, О.Є. Гудзь, С.М. Ілляшенко, А.О. Князевич, С.В. Князь, Д.О. Крикуненко, А.Я. Кузнецова, О.Є. Кузьмін, Г.Б. Невінська, о.М. Олефіренко, Н.В. Тувакова, О.Г. Шевлюга [1-13] та багато інших авторів.

У цих роботах автори дають свої визначення терміну «інноваційний проект», здійснюють їхній поділ за різними ознаками, висвітлюються напрями та етапи становлення інноваційної економіки України, обґрунтовується роль і значення технологічних інновацій для вітчизняних промислових підприємств. Однак, досить багато важливих питань ще й досі не знайшли свого вирішення.

Одним із таких питань є визначення особливостей впровадження інвестиційних проектів на підприємствах агропромислового комплексу.

**Основна частина.** В процесі реформування аграрного сектора економіки створені агрофірми ринкового типу, а саме: сільськогосподарські виробничі кооперативи, господарські товариства (переважно товариства з обмеженою відповідальністю), приватні (приватно-орендні) підприємства, фермерські господарства та інші форми господарювання, які працюють на засадах приватної власності на землю і майно.

У сільському господарстві головним засобом виробництва є земля. Вона не амортизується, тому не приймає участь у формуванні собівартості. Однак, різний рівень природної врожайності земель та їх місцезнаходження впливають на дохід від оренди цих угідь (ренту) [12].

Щодо тваринництва, суттєвою його специфікою є самовідтворювання. Значна частина продукції не реалізується, а залишається на підприємстві (молодняк тварин, добриво та корм), тому ця частина не входить до складу товарної продукції і не набуває грошової форми, залишаючись у внутрішньому обороті підприємства.

Природний процес виробництва – вирощування рослин та тварин – визначає особливості обороту сільськогосподарських товаровиробників: поетапний ріст затрат, дещо сповільнений оборот коштів, звільнення грошових ресурсів у момент виходу та реалізації продукції.

Протягом року утворюється сезонна пауза між термінами здійснення затрат і отриманням доходів. У зв'язку з цим, товаровиробникам слід мати достатню суму грошей у обороті окрім власних коштів підприємства. Залучення коштів зовні у формі кредитів необхідно для створення натуральних і грошових резервних фондів для таких ситуацій, як неврожай, повінь, засуха, різноманітні хвороби та у разі виникнення інших несприятливих умов.

Враховуючи виробничі цикли строком від кількох місяців до року, фінансові результати визначаються лише у річному підсумку. Тоді ж проходить розподіл прибутку, формування фондів та плану наступних термінів. Оцінка результатів діяльності підприємства проводиться з урахуванням економічних та виробничих показників у натуральному вираженні [8].

Економічні показники: обсяг валової і товарної продукції, розмір поточних витрат і фондів вкладень, дохідність виробництва. На їх основі можна визначити продуктивність праці, фондівдачу, матеріаломісткість, обчислити валовий і чистий дохід, а також показники рентабельності підприємства. Специфічними виробничими показниками є урожайність сільськогосподарських культур, вихід кормів та продуктивність тварин.

Як правило, у сільському господарстві засоби виробництва є рухомими (наприклад, трактори, комбайни), а предмети праці (рослини) – нерухомими, що створює суттєву відмінність між іншим видом виробництва, де станки (засіб виробництва) переробляють сировину (предмет праці).

Сільськогосподарська техніка досить специфічна і часто машина відноситься лише до одного певного виду рослини або обробки продукції. Фактично, існують окремі комплекси машин для окремих підгалузей. Це зумовлює високу потребу у техніці на кожну одиницю продукції.

Не надто позитивною відмінністю сільського господарства в аграрній країні є наявність великої кількості однотипних товаровиробників на ринку, що зумовлює високу конкуренцію. Створити монополію не вважається можливим. Низька швидкість капіталообороту робить сільське господарство не таким привабливим для інвесторів, що створює потребу у наявності державної допомоги [12].

Необхідність інвестицій може бути виявлена різними причинами, в цілому їх можна поділити на три основні види: оновлення наявної матеріально-технічної бази, нарощування обсягів виробничої діяльності, освоєння нових видів діяльності та інноваційних технологій.

Інвестиційно-інноваційна діяльність підприємства передбачає наявність досконально розробленого проекту, під яким розуміють комплекс взаємопов'язаних заходів, спрямованих на задоволення визначеної потреби шляхом досягнення конкретних результатів і показників ефективності при встановленому ресурсному забезпеченні з чітко визначеними цілями протягом заданого періоду часу [10].

Інвестиційний проект складається у вигляді бізнес-плану чи техніко-економічного обґрунтування. Останнє відрізняється від бізнес-плану тим, що є більш специфічно створеним, містить обґрунтування інженерно-

конструкторських, технологічних та будівельних рішень, порівняння альтернативних варіантів і пояснення вибору конкретного способу здійснення проекту Проект передбачає високу інтенсивність використання різноманітних ресурсів підприємства та ефективні методи реалізації поставленої мети [14].

Залежно від галузі агропромислового комплексу і виду капітальних вкладень система проектної документації у складі інвестиційного проекту може включати [2]:

будівельні проекти виробничих об'єктів та інженерного облаштування території;

проекти землеустрою щодо створення нових і впорядкування існуючих землеволодінь і землекористувань;

проекти землеустрою, що забезпечують еколого-економічне обґрунтування сівозмін та упорядкування сільськогосподарських угідь;

технологічні карти виконання виробничих процесів;

технічні умови та специфікації щодо системи сільськогосподарських машин і обладнання і т.д.

Не всі проекти можуть бути спрямовані на максимальне підвищення прибутку. Такі, що є збитковими економічно, мають потенціал для непрямого доходу за рахунок набуття стабільності в забезпеченні сировиною, виходу на нові ринки збуту продукції чи певних досягнень у соціальній або екологічній сферах [9].

У разі необхідності будівництва нових об'єктів перед розробкою плану здійснюють топографічне вивчення ділянки забудови, рельєфу місцевості, характеру ґрунтів, рівня ґрунтових вод, пануючих вітрів. Узгоджуються питання технології утримання тварин і птиці, технології кормоприготування, забезпечення води, пари, електроенергії і пального, обґрунтовується рівень механізації виробничих процесів та відповідна система машин і обладнання, кількість працівників та інші параметри проекту.

**Висновки.** Розвиток різних форм господарювання та підвищення зацікавленості сільськогосподарських підприємств у високопродуктивній праці сприятимуть насиченню внутрішнього споживчого ринку товарами і послугами, виробленою продукцією і сировиною для повного забезпечення потреб населення, а також розширенню експортних можливостей країни.

Інвестування у аграрні підприємства є ризиковими, сільське господарство України нечасто є привабливим для іноземних інвесторів. Розвиток інновацій у аграрно-промисловому комплексі та грамотна підтримка з боку держави будуть сприяти подальшому розвитку цієї галузі, що забезпечить попит на сільськогосподарську продукцію як на внутрішньому, так і на світовому ринках.

#### Література:

1. Амоша А. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення. Економіст. 2005. № 6. С. 28-32.
2. Березін О.В. Управління проектами: навч. посіб. / О.В. Березін, М.Г. Безпарточний. – Суми: Університетська книга, 2014. – 272 с.
3. Бистров А.Г. Поведінка лідера при впровадженні інновацій в організації. Бізнес Інформ. 2013. № 11. С. 377-382.
4. Гарафонов О.І. Основні напрямки оцінки інноваційного розвитку та управління інноваціями на підприємствах. Бізнес Інформ, 2014. №3. С. 100-103.
5. Гудзь О.Є. Роль інновацій щодо забезпечення конкурентоспроможності та ефективності підприємства. Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства імені Петра Василенка. 2015. Вип. 161. С. 3-11.
6. Ілляшенко С.М. Інноваційний менеджмент: підручник. Суми: Університетська книга, 2015. 334 с.
7. Книш М.С., Кабаченко Д.В. Совершенствование методов оценки эффективности инновационных проектов на предприятии. Cutting-edge science – 2015. Materials of the XI international scientific and practical conference, April 30-May 7, 2015. Vol. 6. Economic science: Sheffields. Science and education LTD, 2015. С. 63-67.
8. Князевич А.О. Ринок інновацій у складі інноваційної інфраструктури країни. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. № 3. С. 129-139.
9. Крикуненко Д.О. Проблеми впровадження інновацій на підприємстві. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 4(1). С. 45-49.

10. Кузьмін О.Є. Інвестиційна та інноваційна діяльність: монографія / О.Є. Кузьмін, С.В. Князь, Н.В. Тувакова, А.Я. Кузнецова. За наук. ред. проф., д-ра екон. наук О.Є. Кузьміна. Львів: Львівський банківський інститут Національного банку України, 2003. 233 с.
11. Невінська Г.Б. Кадрова складова гальмування інновацій. Науковий вісник Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій ім. Ѓжицького. 2014. Т. 16, № 3(5). С. 163-171.
12. Організація і планування сільськогосподарського виробництва. Підручник для студентів економічних спеціальностей вищих аграрних закладів освіти III-IV рівнів акредитації. М.М. Ільчук, Л.Я. Зрібняк та ін. / ред. М.М. Ільчука, Л.Я. Зрібняка. Київ, 2008. 749 с.
13. Шевлюга О.Г., Олефіренко О.М. Дослідження впливу технологічних інновацій на ринок технологій і розвиток підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 4(1). С. 38-44.
14. Kabachenko D. Improving the assessment effectiveness method of innovative industrial Leading Ukrainian Companies activity. A Balkema Book. Theoretical and Practical Solutions of Mineral Resources Mining. Taylor & Francis Group, London. 2015. С. 353-362.

## Аграрна економіка

Канд. техн. наук Малашевський М. А.<sup>1</sup>,

Канд. екон. наук Малашевська О. А.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Сумський національний аграрний університет, Україна

<sup>2</sup> ДЗ «Державна екологічна академія післядипломної освіти та управління»,  
Україна

### КОНСОЛІДАЦІЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ДІЛЯНОК В УМОВАХ ВПРОВАДЖЕННЯ РИНКУ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В УКРАЇНІ

Незважаючи на виключну значимість питання розроблення та впровадження заходів щодо консолідації земель, що тривалий час підіймається у фаховому середовищі, ініціювання низки законопроектів, досі не сформована єдина стратегія та підходи. Впровадження ринку земель сільськогосподарського призначення створює нові передумови і завдання консолідації земель.

Реформування земельних відносин останніх десятиліть не досягло цілей сталого розвитку. Це підтверджується низькими показниками економічної ефективності, негативною динамікою змін екологічного стану земель та відсутністю розвитку сільських територій. Відповідно до досліджень Продовольчої і сільськогосподарської організації ООН [1], прогнозується зростання рівня фрагментації земель при впровадженні ринку земель.

Рекомендації, надані Продовольчою і сільськогосподарською організацією ООН щодо проведення консолідації земель в Україні, фокусуються на гарантуванні непогіршення майнового стану учасників у результаті заходів щодо консолідації земель, запровадження механізмів забезпечення права володіння землею, розширення цілей та можливостей територіального розвитку [2].

Внесенням змін до законодавства щодо вирішення питання колективної власності на землю, удосконалення правил землекористування у масивах земель сільськогосподарського призначення, запобігання рейдерству та стимулювання зрошення в Україні [3] зроблено спроби регулювання питання оптимізації розмірів та розміщення існуючих сільськогосподарських землеволодінь і

землекористувань в межах масивів сільськогосподарських земель на основі обміну (суборенди) земельних ділянок.

Найбільш дискусійними у процесі встановлення принципів перерозподілу земельних ділянок при знятті мораторію на продаж земель сільськогосподарського призначення в Україні стали питання встановлення граничних розмірів землеволодінь та формування права власності іноземних фізичних або юридичних осіб. Необхідна увага не надається питанню встановлення вимог до просторово-технологічних характеристик землеволодінь та умов ведення господарської діяльності [4].

Вказані вимоги значною мірою визначають можливості збереження, відтворення та покращення стану земель [5] як стратегічного ресурсу. Розташування та конфігурація земельних ділянок впливають на розвиток ерозійних процесів, використання меліоративних систем, умови використання земельних ділянок суміжними землевласниками та землекористувачами.

На даний час заходи щодо впорядкування існуючих сільськогосподарських землеволодінь і землекористувань в межах системи землекористування відповідно до їх мети та складу не передбачені документацією із землеустрою місцевого рівня [6]. Відповідні проекти були виключені із переліку видів документації із землеустрою [7]. Під час існування проектів землеустрою щодо впорядкування існуючих землеволодінь і землекористувань не мали необхідної технічної складової, що породжувало ризики для землевласників і землекористувачів. На цей час в правовому полі проекти землеустрою зарегульовані багатьма підзаконними актами, в результаті набули декларативного характеру.

В Державному земельному кадастрі досі поширені топологічні помилки, шляхи їх виправлення залишаються невизначеними. Базовою при перерозподілі визначена нормативна оцінка земельних ділянок, яка відповідно до методики не враховує просторово-технологічні характеристики земельних ділянок.

В умовах впровадження ринку земель, на нашу думку, ефективно проведення консолідації земель відбудеться лише за умови вдосконалення основних векторів: землеустрою, кадастрової системи, оцінки земель. Відповідні заходи мають базуватися на врахуванні просторових параметрів землеволодінь і землекористувань.

## Література:

1. FAO advises on land consolidation legislation in Ukraine / FAO. URL: <http://www.fao.org/europe/news/detail-news/en/c/1068717/>.
2. Hartvigsen M. FAO recommendations for land consolidation legislation in Ukraine. URL: [http://www.fao.org/fileadmin/user\\_upload/reu/europe/documents/events2018/landnet11/6B.4.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/reu/europe/documents/events2018/landnet11/6B.4.pdf)
3. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вирішення питання колективної власності на землю, удосконалення правил землекористування у масивах земель сільськогосподарського призначення, запобігання рейдерству та стимулювання зрошення в Україні : Закон України від 10.07.2018 № 2498-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2018. №37. Ст. 277.
4. Malashevskyi M., Palamar A., Malanchuk M., Bugaienko O., Tarnopolsky E. The Opportunities for use the peer land exchange during land management in Ukraine. Geodesy and Cartography. 2018. Vol. 44. P. 129-133.
5. FAO. The design of land consolidation pilot projects in Central and Eastern Europe : FAO Land Tenure Studies no. 6. URL: <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/006/Y4954E/Y4954E00.pdf>.
6. Про землеустрій: Закон України від 22.05.2003 № 858–IV. Відомості Верховної Ради України. 2003. № 36. Ст.282.
7. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо визначення складу, змісту та порядку погодження документації із землеустрою : Закон України від 02.06.2015 № 497-VIII. Відомості Верховної Ради України. 2015. №31. Ст.293.

**Nurgazina Zh.**

## **MODERN CONDITION OF AGRICULTURAL INDUSTRY COMMONWEALTH OF KAZAKHSTAN**

Recently, the Government of the Republic of Kazakhstan pays great attention to the development of agriculture. The agricultural sector is one of the key industries and the degree of its development depends entirely not only on the level of food security of the country but also on the socio-political stability of the state.

The Republic of Kazakhstan is a state located in the depths of the Eurasian continent, at the junction of two continents - Europe and Asia.

One of the main problems of Kazakhstan is the aggravation of environmental policy situations in the connections with intensive economic development territories. An important sector economy Kazakhstan is agriculture. The area of agricultural land in the country is 76.5 thousand hectares, including arable land - 24.1 million hectares, pastures - 46.5 thousand hectares [1]. In the North climate data conditions are favorable for growing spring wheat, oats, barley, and other cereals crops, as well as allow develop vegetable farming, melons growing and cultivate a number of technical features culture — sunflower, curly flax, tobacco, etc. In the South of the Republic, in foothills and river valleys, there is a lot of heat, artificial irrigation gives a high yield of cotton, sugar beets, yellow tobacco, rice, fruit-bearing orchards, and vineyards. The natural resource conditions of Kazakhstan, their diversity determine the significant potential features of consumers for the development of livestock. The republic is traditionally engaged in sheep breeding, horse breeding, camel breeding, cattle breeding, cattle breeding.

Kazakhstan is the largest grain power in the world. In grain-bearing plant areas are cultivated strong and hard varieties of wheat with a high content of gluten, just like this wheat is in high demand in the world market. Livestock breeding is traditional in the agricultural sector of Kazakhstan, it provides the population with food, and the light industry provides raw materials [2].

In the northern regions of Kazakhstan, pig and dairy cattle breeding predominate, in the southern region - beef cattle breeding, sheep breeding, horse breeding, and camel breeding, in the west and east - beef cattle breeding and horse breeding. Poultry farming is distributed almost evenly across all regions. For desert and semi-desert umbrella agricultural products, production facilities are sheep breeding, horse breeding, and camel breeding. Sheep breeding develops mainly in four directions: fine-fleece, half-fine-Coruna, meat-fat, and dry. Both livestock and crop products are produced at state enterprises, cooperative enterprises and joint-stock companies, agricultural enterprises, peasant farms, and farms, as well as personal subsidiary farms.

In the first decade of the 21st century, several programs were approved for solving agricultural issues, for example, the “State Program for the Development of Rural Areas for 2004-2010” [3]. And their results were positive; the development of relations with other countries had a positive impact on the situation as a whole. For example, “during their existence, agricultural enterprises have provided comprehensive support to agricultural producers by providing information and consulting services, lobbying their interests at various levels of government, attracting farmers to participate in projects of international associations, such as USAID, UNDP, Isidia / VOKA, Winrock, World Bank, TACIS, International Mercy Corps, Eurasia Foundation, Soros Foundation, Counterpart Consortium, MASHAV, Summit and others” [4].

Thanks to such support, many managers of farmers' market organizations and individual farmers have completed an internship and internship program in the USA, Israel, and EU countries. Associations also actively participated in the progress of improving legislation in the agricultural sector. Thus, difficult times and other aspects that could slow down the development of this industry were overcome together. Investments and state support have helped the industry overcome the pinpoint crisis and provide an incentive for the economic development of Kazakhstanis. In the conditions of the formation of market relations, the significance of the problem increases competitive advantages and production capacity in the agricultural sector increases.

An important role in ensuring food security is played by countries playing the poultry products market, which is developing and functioning on general economic issues of the legislation. The development of poultry farming depends on breeding

work to improve productive and breeding qualities, the creation of new breeding lines and crossbreeding of all types of poultry, as well as full and balanced feeding and the introduction of new high-performance technologies. The dynamics of bird populations for the period 2013-2019 can be seen from Figure 3, which shows a positive growth trend over the past six years.



Figure 1. The number of birds in the Republic of Kazakhstan, million heads.

The reason for the reduction in the number of birds is the crisis in the state of the agro-industrial complex after the collapse of the Soviet Union, as well as the fact that the poultry industry increased import dependencies, which negatively affected the solution of security problems in the country's food industry as a whole. According to the statistics department of the MNP RK, “the first place in the number of birds in all areas of the farm categories in 2018 is held by the Almaty region, whose share is 28.4%. In turn, the Kostanay region and the North Kazakhstan region account for 12.5% and 10.6%, respectively. As for the Atyrau region and the Mangistau region, their share is the smallest, and the reason for this is the main cause of adverse natural and climatic conditions for breeding programs” [5].

This growth is ensured by increasing the number of production capacities, crop production by 7%, and livestock production by 2.5%. At the same time, the growth rate of agricultural production capacities was noted in 13 regions, except for the districts of the Mangistau region, where a decrease of 12% was noted. “The greatest growth was noted in the Akmola region (by 13.1%), Kostanay region (by 7.9%), and West Kazakhstan region (by 6.8%) in the regions. There is a significant increase in investment in fixed assets of rural farms by 50.9% based on the results of 9 months, 190.6 billion tenge” [6].

A sharp jump in investment in fixed assets in agriculture associated with the introduction of new projects in the regions, in projects for industrializing the export of potential beef (feedlots, loudspeakers), stimulating the implementation of cooperation measures in rural areas (items Acceptance of agricultural products, feedlots), and by an increase in investment subsidies.

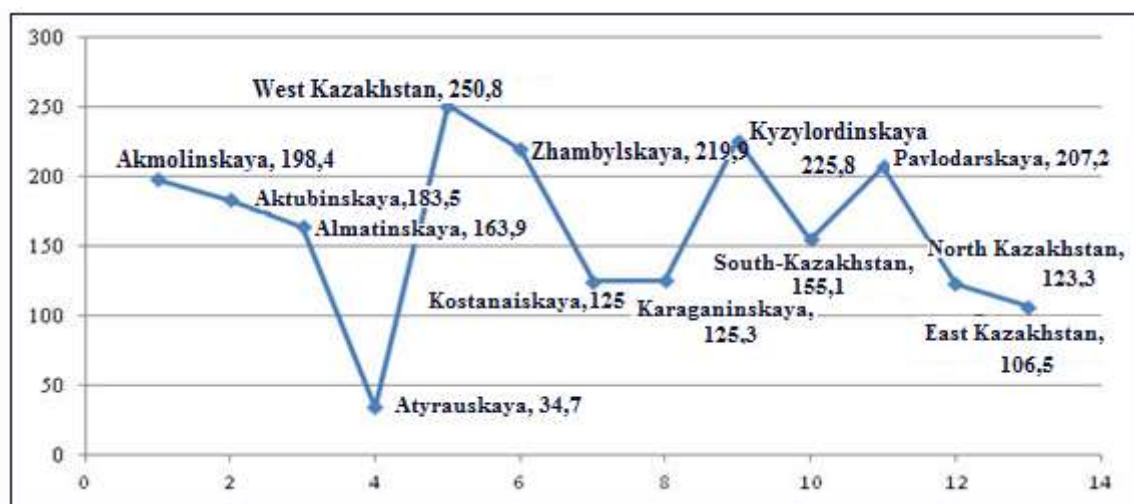


Figure 2. Investments in agriculture of the regions of the Republic of Kazakhstan in the period from January to December 2019.

“More than 84% of investments in fixed assets of agriculture were directed to the cultivation of seasonal crops (63.7%) and livestock (21%). In the livestock industry, an increase in livestock by an average of 1.1% is noted. The growth in meat production was 3.2%, milk - 3.3%, eggs - 0.3%. ”

In crop production, a set of measures has been taken to conduct timely autumn-winter work. The issues of crediting fieldwork and associated fuel and lubricants of the sowing campaign were timely resolved.

“In 2019, 23.6 million tons of grain were subsidized with a yield of 15.4 kg/ha, which is 2.4 kg/ha higher than last year. The volume of growth in production capacity of energy supply products for the reporting period amounted to 3.5%. In turn, in physical terms, there is an increase in the production capacities of energy supply products of the following types: cereals - by 44.7%, sugar - by 61.6%, flour - by 14.7%, vegetable oil by 13.5%, cream - by 10.5%, sausage products - by 9.5%, dairy products - by 5.9%. At the same time, a decrease of 4.9% in the production of oils, by 25% in

cheese and cottage cheese, by 21% in milk powder, by 21.3% in canned vegetables and processed foods, by 2.9%, confectionery and confectionery products, pasta by 0.75%. "[7].

The main reasons for the decline are seasonality of production, as well as problems associated with sales in the presence of cheap imports in the domestic market.

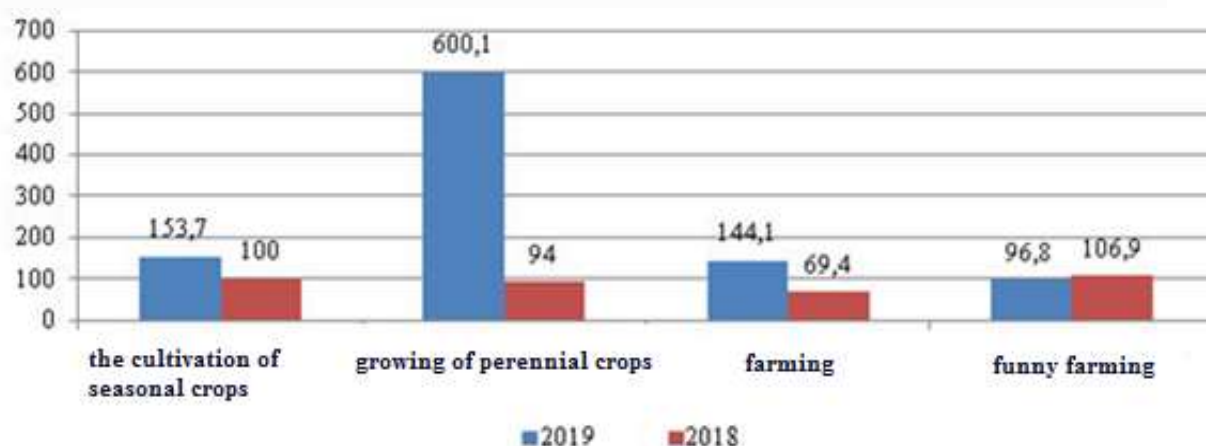


Figure 3. Investments in sectors of Kazakhstan's agriculture.

"For 2018, 326.0 billion tenge was allocated to the Ministry of Agriculture. At the same time, 172.2 billion tenge was provided for 9 months, of which 166.3 billion tenge or 96.6% were disbursed. "

Failure to comply with the payment plan for the reporting period is about 6 billion tenge or 3.5%. The main reasons for not using budget funds are non-fulfillment of contractual obligations by suppliers, planning of expenses for clarification (transfers), failed public procurement tenders, long and late tender procedures for approval of payment documents, and a number of other objective data and subjective reasons.

"The Program additionally provides measures to stimulate economic development, growth and maintain employment in 2018-2019, from the republican budget the Ministry allocated an additional 97.9 billion tenge."

Despite the global financial crisis, Kazakhstan's agriculture is currently in a favorable position. "The classic economy says: "The crisis, of course, is bad, but it gives quite a lot of opportunities." In this case, this applies to our rural community. Paradoxically, I believe that agriculture will be in a favorable position today," the ex-head of state said. According to N. Nazarbayev, during the crisis, "the demand for food

is very large, food prices have risen, and it has become profitable for our agricultural producers to produce food." The leader of the nation of the Republic of Kazakhstan emphasized that "everyone should do everything to process agricultural products, goods, and services, to bring them to foreign communication markets". Everything that we have produced will be exported from Kazakhstan. Only what is produced other than what is consumed within the republic is exported, the Ex-President of the Republic of Kazakhstan emphasized. According to N. Nazarbayev, price increases and the fact that Kazakhstan had previously purchased food products in other countries had an impact on inflation, because "inflation was imported along with food and high prices".

The level of competitive advantages of the agricultural business in the Republic of Kazakhstan is low. And as a result, investment in agriculture is relatively small. Thus, for comparison, in 2018, investments in fixed assets in agriculture amounted to 167 billion tenge, which is 23 times less than the volume of investments in fixed assets of the industry. In turn, a low investment inflow affects the low level of requirements for equipment for technical support, the low level of intensification of agriculture, the low level of building up the capacity of genetic testing, and productivity in animal husbandry.

Besides, despite all the advantages of Kazakhstan in terms of open borders within the framework of the EAEU and the WTO, we observe such negative aspects as the availability of modified products, which does not allow our producers of natural products to compete under equal conditions.

According to official figures, the agricultural sector produces only 4.5% of the country's GDP, and the level of employment efficiency indicators in agriculture remains one of the lowest in comparison with other sectors. According to the chairman of the Senate of the Republic of Kazakhstan, he says that the growth of production capacities in the Kazakhstan agricultural sector is mainly due to extensive factors, the widespread use of effective technologies, modern equipment and the use of scientific achievements.

Table 1. Employment in agriculture of the Republic of Kazakhstan in the period 2013-2019

|                                            | 2013    | 2014    | 2015    | 2016    | 2017    | 2018    | 2019    |
|--------------------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| <b>employed in the economy, total</b>      | 8 114,2 | 8 301,6 | 8 507,1 | 8 570,6 | 8 510,1 | 8 623,8 | 8 522,3 |
| <b>agriculture, forestry and fisheries</b> | 2 294,9 | 2 196,1 | 2 172,7 | 2 073,6 | 1 605,1 | 1 553,4 | 1 347,7 |

In the absence of advanced capabilities of soil cultivation technologies, and also due to the lack of high-quality seed, modern technologies of the harvesting company, the level of productivity in Kazakhstan, even in comparison with the EAEU countries, remains generally low.

Despite the purchase of livestock breeding abroad, livestock production lags behind the planned. Domestic products often do not withstand competition from, for example, Russian manufacturing companies. In our market, import food companies prevail over Kazakh ones, although positive trends appear in the structure of the country's foreign trade turnover: “last year, agricultural exports accounted for only 4.5%, while the share of imports amounted to 11.3%” [7].

The agricultural sector of the republic was in a deep economic crisis. The crisis that has occurred recently on the markets of food companies, and its negative consequences, more than ever raised the issue of the relevance of food. Assessing the impending threat to the food market, now almost all countries of the world are reviewing agricultural policies, making appropriate adjustments. At the same time, the main emphasis is on strengthening regulatory information and supporting government roles in matters of increasing production volumes and stabilizing the situation on the domestic food market.

#### List used references

1. [stat.gov.kz](http://stat.gov.kz)— Official website Department website by statistics at the MNE
2. <http://kazakh-zerno.kz>
3. <http://www.grandars.ru/shkola/geografiya/agropromyshlennyy-kompleks.html>.

4. Iskakov A. Zh. " Rural Development agriculture Republic of Moldova Kazakhstan: yesterday and today", The Journal "Vestnik The Treasury". 2017, p. 22.
5. Musabekov K., Ebolowa A. E. "Analysis state and trends market development poultry products Kazakhstan", The Journal "Vestnik The Treasury". 2018. page 35
6. <http://mgov.kz>
7. [zakon.kz](http://zakon.kz)
8. U. K. Kerimova, S. K. Esengalieva, A. Akhmetkarimova. "Problems formations competitive environment in the rural areas economy Republic of Moldova Kazakhstan». SJ «Ізденістер, нәтижелер. Research, results". 2019, page 41.

**проф., Соляник Л. Г, Гудим М. О.**

*Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», Україна*

## **УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Основним показником економічної ефективності сільськогосподарського виробництва є показник рентабельності. Рентабельність відображає відносну ефективність здійснення господарської діяльності та є відношенням абсолютної величини прибутку до витрат, понесених для його отримання. Управління рентабельністю для сільськогосподарських підприємств передбачає врахування певних особливостей, що характеризують як виробничий процес, так і ступінь впливу на нього різних факторів, що приводять до зміни величини прибутку.

Проблематикою рентабельності в сільському господарстві займалися багато науковців. Серед них: Ю. Б. Білан, П. Т. Саблук, О. А. Бужин, Р. В. Лавров, М. Й. Малік, М. І. Мальований. Вчені вивчали питання рентабельності виробництва різних галузей сільського господарства та надали ефективні поради щодо підвищення рівня прибутковості підприємств агропромислового комплексу.

Найбільш притаманною рисою підприємств аграрного сектору є високий рівень ризику їх діяльності, який спричинено впливом на виробничий процес різних природних факторів. Кліматичні умови, родючість ґрунтів та біологічні закони є чинниками, вплив яких на сільське господарство, а отже і на рівень рентабельності, не можна знецінювати. Сільськогосподарське виробництво є сезонним, що означає нерівномірне надходження продукції, залучення трудових ресурсів, а отже і нерівномірне зростання витрат, низьку оборотність та нерегулярні надходження коштів від реалізації продукції протягом року. [1].

Аналіз рівня рентабельності виробництва продукції допомагає визначити шляхи покращення структури виробництва, його спеціалізації, територіального розміщення, визначити ефективність виробництва тієї чи іншої сільськогосподарської продукції.

На основі показників рівня рентабельності продукції встановлюються відповідні рівні закупівельних цін на виробництво продукції, обсяги та напрями

державної підтримки тощо. Тому аналіз рентабельності продукції сільськогосподарської галузі становить великий інтерес і має вагоме значення для визначення напрямів підвищення ефективності функціонування галузі [2].

Проаналізуємо основні економічні результати діяльності сільськогосподарських підприємств в Україні у 2016-2018 рр. та визначимо рівень рентабельності продукції сільського господарства (табл. 1) [3].

Таблиця 1

## Основні показники діяльності підприємств сільськогосподарської галузі

| Статті доходів та витрат (загалом в Україні)    | Рік      |         |         | Відносне відхилення |           |
|-------------------------------------------------|----------|---------|---------|---------------------|-----------|
|                                                 | 2016     | 2017    | 2018    | 2017/2016           | 2018/2017 |
| Чистий прибуток (збиток), млн. грн              | 90613,2  | 68858,5 | 71002,6 | -21754,7            | 2144,1    |
| Підприємства, які одержали чистий прибуток:     |          |         |         |                     |           |
| у відсотках до загальної кількості              | 87,7     | 86,2    | 86,2    | -1,5                | 0         |
| фінансовий результат, млн. грн.                 | 103459,8 | 89411,9 | 93935,8 | -14047,9            | 4523,9    |
| Підприємства, які одержали чистий збиток:       |          |         |         |                     |           |
| у відсотках до загальної кількості              | 12,3     | 13,8    | 13,8    | 1,5                 | 0         |
| фінансовий результат, млн. грн.                 | 12846,6  | 20553,4 | 22933,2 | 7706,8              | 2379,8    |
| Рівень рентабельності всієї діяльності, %       | 9,2      | 8,8     | 6,3     | -0,4                | -2,5      |
| Рівень рентабельності операційної діяльності, % | 35,8     | 25,8    | 19,8    | -10                 | -6        |
| Кількість найманих працівників, тис. осіб       | 43,8     | 37,6    | 41,5    | -6,2                | 3,9       |

Дані, представлені в таблиці 1, свідчать про те, що у 2018 році сільськогосподарськими підприємствами, як і в попередні роки, був отриманий позитивний результат від діяльності. У 2018 році чистий прибуток підприємств порівняно з попереднім роком зріс на 2144,1 млн грн. та становив 71002,6 млн. грн. прибутку, а рівень рентабельності всієї діяльності зменшився на 2,5% та становив 6,3%. Також можна помітити, що рентабельність від операційної діяльності вища, ніж рентабельність усієї діяльності.

Основним шляхом росту показника рентабельності є впровадження інновацій, які дозволяють виробляти нові види товарів з кращою якістю. Інноваційний розвиток треба впроваджувати за такими напрямками:

Використання нової техніки та технологій, науково-обґрунтованих систем землеробства і тваринництва;

Створення нових видів добрив та засобів захисту рослин;

Розробка та впровадження ресурсозберігаючих технологій виробництва та зберігання продукції, спрямованих на підвищення якості продукції;

Підготовка кадрів для забезпечення науково-технічного та інноваційного розвитку АПК;

Розвиток кооперацій та інтегрованих структур в АПК;

Поліпшення якості навколишнього середовища, екологічних умов для життя та праці.

Тож, основним шляхом підвищення рівня рентабельності є підвищення суми прибутку та скорочення витрат на виробництво. Для цього треба впроваджувати в виробництво результати науково-технічного прогресу, що збільшить продуктивність праці та знизить на цій основі собівартість одиниці продукції.

#### Література:

1. Формування інвестиційної привабливості аграрних підприємств [Електронний ресурс]. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: [https://www.dsau.dp.ua/ua/page/photo/dis\\_volchanska](https://www.dsau.dp.ua/ua/page/photo/dis_volchanska).

2. Рентабельність як показник економічної ефективності діяльності сільськогосподарських підприємств [Електронний ресурс]. – 2014. – Режим доступу до ресурсу: [www.irbis-nbuv.gov.ua](http://www.irbis-nbuv.gov.ua) > irbis\_nbuv > cgiirbis\_64.

3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]– Режим доступу до ресурсу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

## Регіональна економіка

Аспірант Білогур С.Ю.

*Університет імені Альфреда Нобеля, Україна*

### **ДОСЛІДЖЕННЯ ЧИННИКІВ КЛАСТЕРІЗАЦІЇ ЯК ОСНОВА ДЛЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

Практика функціонування ряду галузей і конкретних підприємств показує, що впровадження кластерних ініціатив в господарську діяльність супроводжується значними труднощами. А в туристському секторі економіки кластеризація взагалі практично зайшла у безвихідь, навіть за наявності серйозних проектів і значної теоретико-методологічної опрацьованості вказаних питань. Це пов'язано, в першу чергу, з тим, що при плануванні і формуванні кластерних структур регіональна влада, керівники великих підприємств, топ-менеджери компаній не враховують цілий комплекс умов і чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, які задають сучасні тренди кластеризації. Інноваційність кластерної форми організації управління розвитком туристської галузі зумовлена, перш за все, сконцентрованою можливістю вільного обміну інформацією, ідеями та знаннями. Синергетичний ефект, який спостерігається в результаті кластеризації, можна розглядати як зовнішній прояв такої інноваційності, як результат вдалого поєднання переваг горизонтальної та вертикальної форми організації взаємодії учасників кластеру. Широке коло джерел професійних знань і зв'язків спрощує комунікацію, створює можливість для різноваріантних комбінацій чинників досягнення конкурентних переваг і формує підґрунтя для інновації.

Туристський кластер як мережева локалізована форма підприємницької діяльності являє собою не просто концентрацію виконавців підзадач в рамках вирішення задачі більш високого рівня. Це, по суті, певна система поширення нових знань і технологій на підставі стійких партнерських зв'язків, яка стимулює генерацію інновацій та трансформує їх у конкурентні переваги для всіх учасників такої системи.

На думку І.О. Дегтярьової, для успішного формування туристських кластерів необхідно: сформувавши стратегічний план реалізації кластерів; ефективний механізм управління регіоном в економічному і фінансовому контексті; забезпечити безпеку відпочиваючих; впровадити інноваційні системи розвитку; налагодити механізми субсидування малого і середнього підприємництва; сприяти поліпшенню екологічної ситуації в регіоні [3].

Інші дослідники виокремлюють наступні чинники, які впливають на розвиток туристичного кластера:

ресурси – це фундамент, на основі якого будується успішність будь-якого туристичного бізнесу, зокрема туристичного кластера:

природні ресурси, атракційні ресурси, модні напрями, паломництво, інші ресурси, процеси, які знаходяться в фундаменті туристичного продукту;

людські ресурси, необхідні джерела для обслуговування туристичного продукту;

фінансові можливості, легкість та відкритість до різних джерел інвестування;

інформаційні можливості – основа для полегшення підходу до інформації, приймання правильних організаційних рішень, плани стратегічного розвію кластера, запровадження інноваційних технологій, тощо;

науково-технічні можливості, які одержують співучасники кластера, відкритість і значущість одержаних досліджень;

допоміжні ділянки, які не прямо діють на розгортання туристичного кластера, але без яких кластер не зможе нормально, на повну потужність діяти;

адміністративні перешкоди: фіскальна політика, кримінальне становище, все, що стає на заваді створенню та розвитку кластера;

державні органи влади: важелі впливу, нормативні акти, закони, з одного боку, з іншого – підтримка та сприяння розбудові кластера [4,6].

А. Бойко [1, с. 19-23] вказує на те, що туристські кластери функціонують тільки в сприятливих умовах (політичних, соціокультурних, економічних, природних), які є сукупністю зовнішніх чинників, що забезпечують конкурентоспроможність туристських продуктів та послуг. Такі сприятливі умови утворені наступними складовими: ресурси (природні, трудові, матеріальні, фінансові і інші), науково-дослідний і освітній потенціал,

інвестиційний і підприємницький клімат, політика органів влади і управління, характер міжгалузевої і внутрішньогалузевої конкуренції, унікальність туристських продуктів і послуг, що надаються, потреби споживачів туристських послуг, кваліфікація контрагентів, що надають послуги і роботи, наявність пов'язаних з туристською сферою галузей промислового і сервісного секторів і т. ін.

А. А. Манцаєва і Т. Г. Делікова всі умови і чинники розвитку туристсько-рекреаційного кластера поділяють на чотири групи [5, с. 26]:

1) умови і чинники стратегічного розвитку і конкуренції: наявність або відсутність розробленої стратегії розвитку туризму шляхом створення туристсько-рекреаційного кластера; наявність або відсутність діючого координаційного центру реалізації стратегії дій; бізнес-клімат в регіоні;

2) умови і чинники сервісно-туристського виробництва: географічні і кліматичні особливості території; природно-рекреаційні об'єкти; історична і культурна спадщина; фізична інфраструктура (транспортна, інформаційно-комунікаційна, інфраструктура гостинності і дозвілля); кадрові ресурси; науково-дослідні ресурси; доступність інноваційних технологій;

умови і чинники туристського попиту: наявність або відсутність унікальних потреб у туристів як на українському, так і на міжнародному ринках; залежність від кон'юнктурних коливань ринку;

чинник наявності профільних і допоміжних галузей: пасажирські і вантажні перевезення; будівництво; житлово-комунальне господарство; освітні установи; охорона здоров'я; торгівля; сувенірна промисловість; виробництво товарів народного споживання і т. ін.

Л.І. Гонтаржевська при визначенні чинників кластеризації говорить про те, що в основу їх виділення мають бути покладені характеристики кластерів, що можуть розглядатися як стартові передумови для їх формування і подальшого розвитку [2, с. 87]:

Наявність конкурентоздатних туристських компаній є найважливішою умовою для розвитку туристського кластера.

Наявність в регіоні конкурентних переваг для розвитку туристського кластера, до яких, наприклад, можна віднести: вигідне економічне і транспортно-географічне положення; доступ до різних видів ресурсів; наявність

спеціалізованих кадрових ресурсів, контрагентів і виконавців туристських послуг, наукових і освітніх установ, необхідної соціально-економічної інфраструктури і т. д.

Географічна концентрація і близькість організацій туристської і обслуговуючої сфери, що дає ефект емерджентності, а також забезпечує можливість для активної взаємодії, як у рамках туристського кластера, так і у рамках галузі та усього регіону (країни).

4. Широкий набір учасників туристського кластера і наявність їх «критичної маси» як чинника, припускають, що туристський кластер може складатися з організацій, які формують кінцеві туристські продукти, системи контрагентів туроператорів і турагентів, що поставляють різні туристські товари, надають туристські послуги, а також професійні науково-освітні установи.

Наявність зв'язків і взаємодія між учасниками туристських кластерів є одним з основних чинників успіху та розвитку їх в сукупності з наявністю робочих внутрішньо-корпоративних і міжкорпоративних зв'язків і координації зусиль між учасниками туристського кластера.

Цільова підприємницька діяльність є одним з найважливіших чинників кластерного розвитку економіки, оскільки у рамках туристського кластера об'єднуються не лише виробничий та сервісний, але й інноваційний бізнес. При цьому здійснюється комплексне управління якістю туристичних продуктів та послуг, сервісне обслуговування споживачів, що в результаті дає економічний, організаційний, маркетинговий, сервісний, технологічний та інший ефект.

Викладена вище позиція, на нашу думку, викликає *ряд зауважень*.

*По-перше*, використовується мікроекономічний підхід, який дозволяє говорити про існування чинників, що визначають спрямованість формування і розвиток кожного конкретного кластера окремо.

*По-друге*, у даному підході враховуються лише внутрішні чинники і деякі чинники мікросередовища, в той же час абсолютно залишається без уваги комплекс чинників макросередовища, інституціонального середовища.

*По-третє*, наведена позиція відповідає «портеровському» уявленню про кластеризацію, яке в умовах України потребує вкрай критичної оцінки.

*По-четверте*, не зовсім обґрунтованим виглядає відособлення другого чинника від першого, оскільки в основі підвищення конкурентоспроможності і

продуктивності конкретних підприємств значне місце займає інноваційна складова.

Ми вважаємо, що поява нових інноваційних туристських продуктів внаслідок успішного функціонування кластерів та відповідне зростання конкуренції разом із вказаною рефлексивністю істотно позначаються на якісних показниках чинників формування кластерів.

#### Література:

1. Бойко, А. Е. Исследование рисков формирования туристского кластера: методический аспект / А. Е. Бойко // Вестник Сочинского государственного университета туризма и курортного дела. – 2012. – № 1. – С. 19-23.
2. Гонтаржевська Л.І. Зовнішньоекономічна діяльність туристичних підприємств України: Дис. канд. екон. наук: 08.05.01 / Ін-т світ. економіки і міжнар. відносин НАН України. - К., 2006. - 201 с.
3. Дегтярьова І.О. Наукові та практичні аспекти застосування кластерного підходу в управлінні конкурентоспроможністю регіонів України / І.О. Дегтярьова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://academy.gov.ua/ej/ej13/txts/Degtyaryova.pdf>.
4. Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 1071 с.
5. Манцаева, А. А. Факторы создания и развития туристско-рекреационного кластера / А. А. Манцаева, Т. Г. Деликова // Финансово-экономические аспекты международных интеграционных процессов: международное научное периодическое издание по итогам Международной научно-практической конференции. – Стерлитамак: АМИ, 2016. – С. 22-28.
6. Яворський Ю.М. Туристичний кластер як форма розвитку галузі / Ю.М. Яворський // Український туризм. - 2015. - №2. - С.56-57.

## Външноикономическата дейност

**Залесский Борис Леонидович**

*Белорусский государственный университет*

### ЦЕЛЬ – СТАБИЛЬНОЕ УВЕЛИЧЕНИЕ ЭКСПОРТА

Наращивание экспорта, в том числе на новые рынки сбыта, в нынешней непростой эпидемиологической ситуации в мире является одним из основных условий устойчивого экономического роста Республики Беларусь и «обеспечения стабильного социально-экономического развития страны на среднесрочный период» [1, с. 22]. К числу белорусских предприятий, активно действующих на внешних рынках даже в таких сложных условиях, какие мы видим сегодня, относится холдинг «Гомсельмаш» – производитель зерноуборочных и кормоуборочных, початкоуборочных и картофелеуборочных комбайнов, косилок и другой сельскохозяйственной техники, которая уже работает на полях России, Украины, Казахстана, Чили, Словакии, Румынии, Болгарии, Аргентины, Китая, Южной Кореи, Литвы, Латвии, Эстонии. В первом квартале 2020 года предприятия холдинга отгрузили своим потребителям более 400 единиц техники. «При этом за пределы Беларуси поставлено 278 самоходных комбайнов и машинокомплектов к ним. В списке стран, куда отправлена техника, – Россия, Казахстан, Украина, Молдова. <...> В общей сложности отгрузка к аналогичному периоду 2019 года увеличилась на 373%» [2].

Еще одно предприятие, активно продвигающее сейчас свою продукцию на зарубежные рынки, – **Минский тракторный завод**. Так, только в Пакистан с начала 2020 года было отгружено более 250 тракторов. Это красноречиво свидетельствует о том, что «даже несмотря на кризис во многих азиатских странах и введенные в связи со сложной эпидемиологической ситуацией ограничительные меры, поставки сохраняются на запланированном уровне» [3]. Всего же, начиная с 1955 года, минские тракторостроители отгрузили в эту страну Южной Азии уже более 120 тысяч своих машин. Не забывают на предприятии и о других направлениях экспорта. В частности, на рынки

европейских стран в первом квартале текущего года было отправлено около пятисот единиц техники и тракторокомплектов. О многом говорит такой факт: «Экспорт продукции ОАО “МТЗ” в страны Африки за I квартал 2020 года вырос на 70%» [4]. Для одной из стран этого континента – Судана – в апреле нынешнего года была сформирована очередная «партия из более 100 тракторов <...>. Это вторая отгрузка в 2020 году» [5]. Весьма убедительно дополняют эту картину и такие цифры. «С начала года предприятие на 20% нарастило поставки в российские регионы. Также вырос экспорт белорусской сельхозтехники в Узбекистан, Молдову, Таджикистан, Кыргызстан и Армению» [6]. Особенно значительно – в два раза – возросли поставки в Таджикистан, куда за первые три месяца этого года отгружено более ста тракторов и тракторокомплектов. Во многом такая динамика объясняется тем, что «с января 2020 года запчасти и комплектующие, ввозимые на территорию Таджикистана для дальнейшей сборки сельхозтехники, не облагаются НДС и таможенными пошлинами» [7]. А всего в первом квартале текущего года продукция Минского тракторного завода была отгружена на рынки более тридцати государств, в том числе в 22 страны дальнего зарубежья.

Сразу почти в два с половиною раза увеличил поставки техники в страны дальнего зарубежья в первом квартале 2020 года и **Минский автомобильный завод**. Важной составляющей в достижении этого показателя стал тот факт, что в начале нынешнего года предприятие совместно с борисовским ООО “Пожснаб” заключило контракт на поставку 73 единиц пожарной и аварийно-спасательной техники монгольскому Агентству по чрезвычайным ситуациям. И МАЗ уже «приступил к выполнению контракта по поставке шасси и ведет сборку пассажирской техники для экспорта в Монголию. Совместный проект будет реализован в течение этого года» [8].

Весною 2020 года серьезно актуализировало свои экспортные планы унитарное предприятие “**Амкодор-ДОМЗ**”, расположенное в Дзержинске Минской области, отгрузив в апреле первую партию своей продукции в российский регион – Республику Карелия. Там эти семь мостовых кранов грузоподъемностью от 3,2 до 16 тонн будут использоваться для реализации инвестиционного проекта, которому правительство Карелии придает большое значение, – «по созданию на площадях бывшего Онежского тракторного завода высокотехнологичного импортозамещающего производства полного цикла по

выпуску лесозаготовительной техники: харвестеров и форвардеров среднего и тяжелого класса» [9]. Характерная деталь: отправленные в Карелию мостовые краны – это оборудование нового поколения, которое управляется с пола при помощи радиосигнала, что обеспечивает высокие стандарты безопасности для персонала. Важно и то, что нынешней весной планируется отправить в Карелию из белорусского Дзержинска еще и вторую партию оборудования.

Еще одно белорусское предприятие, значительно укрепившее свои позиции на рынке России в первом квартале 2020 года, – СЗАО «БЕЛДЖИ». Здесь за три первые месяца текущего года собрали 5059 автомобилей, а всего реализовали 5230 машин. При этом «поставки на российский рынок увеличились в 2,5 раза, за первый квартал туда экспортировано 2705 автомобилей» [10]. Всего в 2020 году предприятие планирует реализовать 28 тысяч машин, из которых 18 тысяч будут отправлены в Россию.

Все эти факты свидетельствуют о главном: кто не опускает руки в самых сложных условиях, тот в итоге побеждает, способствуя преодолению последствий неблагоприятной эпидемиологической ситуации в мире.

#### Литература

1. Залесский, Б.Л. Антикризисный компонент – экспорт / Б.Л. Залесский // *Materialy XVI Miedzynarodowej naukow-i-praktycznej konferencji “Europejska nauka XXI wiek – 2020”, Volume 1. Przemysl: Nauka i studia.* – С. 22–24.

2. “Гомсельмаш” в I квартале поставил на внешние рынки более 270 комбайнов и машинокомплектов [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/gomselmash-v-i-kvartale-postavil-na-vneshnie-rynki-bolee-270-kombajnov-i-mashinokomplektov-388443-2020>

3. МТЗ с начала года поставил в Пакистан более 250 тракторов [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/mtz-s-nachala-goda-postavil-v-pakistan-bolee-250-traktorov-388294-2020/>

4. Неманкова, Ю. Экспорт продукции МТЗ в страны Африки вырос на 70% / Ю. Неманкова // [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/eksport-produktsii-mtz-v-strany-afriki-vyros-na-70-386540-2020/>

5. Неманкова, Ю. МТЗ поставит вторую партию техники в Судан / Ю. Неманкова // [Электронный ресурс]. – 2020. – URL:

<https://www.belta.by/economics/view/mtz-postavit-vtoruju-partiju-tehniki-v-sudan-386164-2020/>

6. У МТЗ – хорошие показатели по экспорту: на 20% выросли поставки в Россию, на 70% – в Африку [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://ont.by/news/u-mtz-horoshie-pokazateli-po-eksportu-na-20-vyrosli-postavki-v-rossiyu-na-70-v-afriku>

7. МТЗ увеличил экспорт продукции в Таджикистан в 2 раза [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/mtz-uvelichil-eksport-produktsii-v-tadzhikistan-v-2-raza-387386-2020/>

8. Неманкова, Ю. МАЗ в I квартале увеличил экспорт в дальнее зарубежье почти в 2,4 раза / Ю. Неманкова // [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/maz-v-i-kvartale-uvelichil-eksport-v-dalnee-zarubezhje-pochti-v-24-raza-387079-2020/>

9. “Амкодор-Онего” в Карелии получил первую партию мостовых кранов [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/amkodor-onego-v-karelii-poluchil-pervuju-partiju-mostovyh-kranov-388008-2020/>

10. “БЕЛДЖИ” в I квартале увеличил экспорт в Россию в 2,5 раза / Ю. Неманкова // [Электронный ресурс]. – 2020. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/beldzhi-v-i-kvartale-uvelichil-eksport-v-rossiju-v-25-raza-386430-2020/>

**Финансови отношения****к.е.н. Басова О.О., Мокан Г.В.***Міжнародний класичний університет ім.П.Орлика  
(м. Миколаїв, Україна)***ТРАНСПОРТНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА  
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Транспортна галузь є однією з фундаментальних засад функціонування економіки будь-якої країни світу та основою її інтеграції у міжнародне господарство. Саме тому стабільність діяльності суб'єктів господарювання у цій сфері набуває чималої важливості. За даними Державної служби статистики України, у 2018 р. найбільшу частку вантажів перевезено автомобільним транспортом (71% від загальної кількості). Найменша кількість перевезень була зафіксована за авіаційним видом транспорту (менше 0,1%). Автомобільні перевезення мають велику частку серед загальної кількості вантажоперевезень. Це свідчить про значну залежність добробуту національної економіки від стабільності функціонування цієї сфери.

Незважаючи на зростання обсягів вантажоперевезень, результати діяльності транспортної галузі за останні роки не показують позитивної тенденції (табл. 1). Як видно, рентабельність операційної діяльності транспортної галузі не характеризується стабільністю. Це свідчить про наявність проблем, які деструктивно впливають на розвиток транспортних підприємств.

Автомобільний транспорт є обслуговуючою ланкою господарського комплексу. Від якості та своєчасності доставки вантажів і пасажирів залежать робота інших галузей, які є споживачами транспортних послуг, та розвиток господарського комплексу України у цілому. Автотранспортне підприємство, що досягло достатнього рівня економічної безпеки, є захищеним від впливу дестабілізуючих чинників внутрішнього і зовнішнього середовища та досягає високої ефективності своєї господарської діяльності, яка сприяє його розвитку.

Таблиця 1

Рентабельність операційної діяльності підприємств за видом економічної діяльності «Транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність» за 2010-2018 рр. [2]

| Рік  | Результат від операційної діяльності, млн. грн. | Витрати операційної діяльності, млн. грн. | Рівень рентабельності, відсотків |
|------|-------------------------------------------------|-------------------------------------------|----------------------------------|
| 2010 | 9287,0                                          | 166701,3                                  | 5,6                              |
| 2012 | 11862,3                                         | 218313,0                                  | 5,4                              |
| 2013 | 7402,7                                          | 210732,6                                  | 3,5                              |
| 2014 | -3696,5                                         | 223870,3                                  | -1,7                             |
| 2015 | 3505,6                                          | 329718,6                                  | 1,1                              |
| 2016 | 18864,4                                         | 370177,1                                  | 5,1                              |
| 2017 | -4209,3                                         | 460771,5                                  | -0,9                             |
| 2018 | -5613,2                                         | 510213,4                                  | -1,6                             |

На нашу думку, вирішенню основних проблем автотранспортних підприємств та транспортної галузі у цілому сприятиме низка заходів, які необхідно запровадити, серед них:

зниження податкового навантаження або часткова компенсація витрат на ресурсне забезпечення автотранспортним підприємствам, які здійснюють міжнародні вантажоперевезення;

лобіювання з боку держави щодо збільшення квоти видачі дозволів на міжнародні перевезення для України;

проведення якісної реконструкції транспортних шляхів для підвищення транзитної привабливості України та зниження витрат вітчизняних підприємств на ремонт транспортних засобів;

запровадження методик управління економічною безпекою автотранспортних підприємств для ефективної протидії впливу зовнішніх та внутрішніх загроз.

**Висновки.** Транспортна галузь в Україні має досить високий потенціал, урахувуючи вигідне географічне положення та обсяги автомобільних вантажоперевезень порівняно з іншими європейськими країнами. Прибутковість цієї сфери здебільшого залежить від вартості енергоресурсів, валютних коливань

та обсягів квот та міжнародні перевезення з боку інших країн. Запровадивши заходи з підвищення рівня економічної безпеки та зростання державної підтримки, можна досягти значної ефективності функціонування транспортної галузі та підйому національної економіки України у цілому

### **Література:**

1. Дулеба Н.В. Визначальні фактори впливу на економічну безпеку автотранспортних підприємств. *Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія*. 2011. Вип. 8. С. 289-291.
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
3. Партола А.І. Аналіз транспортно-логістичного комплексу України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. 2016. № 9. С. 126-129.

**К.е.н. Рошило В.І.**

*Чернівецький торговельно – економічний інститут КНТЕУ, Україна*

## **ЕВОЛЮЦІЯ НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ ЩОДО ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ТА ЗНАЧЕННЯ АМОРТИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ**

Амортизація як економічна категорія посідає значне місце в економічній діяльності підприємства та може розглядатися не як відокремлена частина економіки будь-якого окремо взятого підприємства, а як важливий структурний елемент управління його фінансово-економічною діяльністю. Сучасна наукова економічна література при дослідженні процесу амортизації зосереджується здебільшого на практичних його аспектах, а теоретичні аспекти амортизації залишаються майже без уваги. Тому, з огляду на важливість ролі амортизації в економіці та з урахуванням тісного взаємозв'язку амортизації з господарською діяльністю підприємств, доцільний розгляд її теоретичних аспектів і поглядів на цю категорію, які існують в економічній науці.

Дослідженням концепції амортизації присвячено чимало наукових праць вітчизняних і російських учених, серед яких належить назвати насамперед П.Г. Бунича, Д.М. Палтеровича, П.В. Тальміну, В.Ю. Будаєва, А.Г. Захарова, П.М. Павлова, І.А. Бланка, О.К. Марченка, В.К. Сенчагова, А.Е. Фукса та багатьох інших. При цьому всі вказані автори при визначенні амортизації базуються здебільшого на класичній концепції, яка ще за часів СРСР стала єдиною визнаною на загальнодержавному рівні. Проте водночас треба визнати, що розвиток положень цієї концепції призвів до виникнення досить різних підходів до визначення сутності амортизації.

Зокрема, П.Г.Буніч, А.А. Аракелян і Л.М.Кантор дотримуються погляду, що “амортизація являє собою процес перенесення вартості основних фондів на новий продукт”[1]. В.А.Воротилов і Д.М.Палтерович, навпаки, вважають, що “амортизація – це насамперед відшкодування вартості зносу основних фондів”[6, с. 23-24]. Визначення амортизації, яке дає П.В. Тальміна, взагалі дуже абстрактне, оскільки амортизація, згідно з ним, вважається процесом руху

вартості, що взаємопов'язує весь виробничий цикл в умовах товарного господарства [7]. Спільною характерною рисою наведених визначень є те, що у них узагалі не враховуються аспект амортизації як механізму формування грошових фондів для наступного відтворення зношених основних засобів.

Інша група дослідників, зокрема Д.А. Баранов, Я.Б. Кваша та В.К. Сенчагов, зосереджується на визначенні амортизації як суто грошової форми вираження зносу чи вартості оновлення основних фондів [4, с. 24, 8, с. 24-25].

Такі вчені, як В.Ю. Будавей, А.Г. Захаров, П.М. Павлов, О.К. Марченко та Н.Л. Лебединський більш комплексно підходять до визначення сутності амортизації як процесу поступового перенесення вартості основних фондів на вироблений продукт і накопичення грошових коштів для наступного їх відтворення [5, с.18-19, 9, с. 10-11, 10, с. 27]. Фактично - це уявлення про амортизацію поєднує в собі риси вищенаведених та, на наш погляд, найбільш повно відображає сутність цієї категорії у рамках класичної концепції.

У західній економічній літературі концепція амортизації сама по собі практично не висвітлюється внаслідок її суто компенсаційного розуміння. Наприклад, зарубіжні вчені К.Р. Макконнелл та С.Л. Брю під амортизацією розуміють “щорічні відрахування, які показують обсяг капіталу, спожитого в ході виробництва в окремі роки. Амортизація являє собою бухгалтерський запис, який призначений для того, щоб дати більш точний звіт про дохід у вигляді прибутку і, відповідно, про валовий дохід компанії в кожному році” [11]. З цим можна погодитися з суто практичного погляду, проте з погляду економічної теорії - це визначення взагалі не відображає тієї багатогранної ролі, яку відіграє амортизація у процесі кругообігу основного капіталу підприємств. Серед інших зарубіжних учених варто згадати Л. Бернстайна, який також звертається до поняття амортизації суто у рамках розробки методичних аспектів фінансового аналізу, Е.Домара (у його моделях економічного зростання одним з факторів виступає амортизація), М. Ван Бреда та К. Маттерна [12, 13].

Узагальнення вищенаведених наукових поглядів на зміст категорії амортизації дозволяє зробити висновок, що у більшості вітчизняних і російських учених розуміння категорії амортизації відповідає швидше умовам планової, а не ринкової економіки, оскільки всі вони пов'язують амортизацію, насамперед, із процесом відтворення основних фондів, а не інвестицій до основних фондів, хоча, як указувалося вище, фінансово-грошове розуміння амортизації все ж

присутні в працях деяких з них, зокрема Ю.Н. Любимцева. У західній науковій практиці проблематика амортизації як економічної категорії взагалі відсутня, оскільки амортизація вважається не більше, ніж терміном фінансового обліку та елементом деяких розділів фінансового менеджменту компаній.

#### Література

1. Бунич П.Г. Амортизация основных фондов в промышленности.- М.: Госфинздат, 1957. – С. 34-35.
2. Куренков Ю.В., Палтерович Д.М. Технический прогресс и оптимальное обновление производственного аппарата. – М.: Инфра - М, 1997. – С. 25.
3. Тальмина П.В. Финансовые рычаги повышения фондоотдачи. – М.: Финансы и статистика, 1990. – 205 с.
4. Баранов Д.А. Сроки амортизации и обновления основных производственных фондов: Вопросы теории и методологии. – М.: Наука, 1977. – С. 7-8, 105-106.
5. Будавей В.Ю. Проблемы амортизации в промышленности. - К.: Вища школа, 1992. – С. 18-19.
6. Куренков Ю.В., Палтерович Д.М. Технический прогресс и оптимальное обновление производственного аппарата. – М.: Инфра - М, 1997. – С. 25.
7. Тальмина П.В. Финансовые рычаги повышения фондоотдачи. – М.: Финансы и статистика, 1990. – 205 с.
8. Кваша Я.Б. Амортизация и строки службы основных фондов. – М.: Мысль, 1959. – С. 24-25.
9. Захаров В.Г. Особенности воспроизводства основных фондов в условиях научно-технической революции. – М.: Экономист, 1972. – С.10-11.
10. Павлов П.М. Оборот основных средств предприятий (закономерности и методы расчета). - М.: Финансы, 1967. – С. 27.
11. Марголин А.М. Финансовое обеспечение и оценка эффективности инвестиционных проектов. - М.: Финансы и статистика, 1998.- 146 с.
12. L. Bernstein. Financial Statement Analysis, Irwin, 1993 – p. 337-338.
13. E. Domar. Depreciation, Replacement and Growth, EJ, 1953.

## Маркетинг и управление

**Кусий С. В., аспірант спец. 073 "Менеджмент",  
к.е.н., доц. Бєлова Т. Г.**

*Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна*

### **ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ**

В сучасних умовах господарювання основним фактором реалізації діяльності виробничих підприємств є здійснення ефективної діяльності по збуту, її підтримка на всіх етапах реалізації і цілеспрямований розвиток. Існуюча конкуренція веде до зростання витрат по реалізації продукції. Тому важливим є підвищення ефективності функціонування збуту підприємства і його якості з метою постійного вдосконалення.

До основних функцій збуту комерційного спрямування входить прямий продаж товарів виробничим підприємством, здача їх в оренду для взаємовигідного обміну або продажу. Реалізація даних функцій підприємством пов'язане з отриманням економічного змісту від об'єкта продажу і має на увазі зміну форми власності шляхом передачі права на товар іншій стороні і перетворення товарної вартості в грошову. У разі продажу предмета збуту виробниче підприємство передає повну власність, у разі оренди – частково передає право на володіння або користування протягом певного періоду [1, с. 138].

Не менш важливими функціями є маркетингові і юридичні, які відносяться до допоміжних. Маркетингові призначені для виявлення факторів впливу на маркетингову збутову діяльність, проведення досліджень щодо складових товароруху з метою зменшення на нього витрат.

До маркетингових функцій відносяться дві групи: вивчення попиту і просування комунікації. Перша група функцій пов'язана з вивченням потреб, пошуком потенційних споживачів, дослідженням ринків. Друга група відповідає за дієвість реклами, підтримку зв'язків з громадськістю та стимулювання збуту.

Правові функції забезпечують аргументування, визначення об'єкту продажу і оформлення. При цьому забезпечується захист та правовий супровід.

До правових функцій відноситься підготовка, ведення процесуальних питань, документування та інші функції, без яких неможливо забезпечити якісні ділові переговори, підписання угод і контрактів, а також відповідальність за їх юридичну обробку та контроль.

До технологічних функцій відносяться доставка і розподіл, а також складування товарів збуту і їх зберігання. Розподіл спрямований на забезпечення переміщення товарів від виробничого підприємства до споживача, при цьому доставлення може здійснюватися і через посередників. До розподілу відноситься зберігання об'єкту продажу, створення потоків і забезпечення руху товарів. Зберігання предмету продажу передбачає підготовку інвентаризації певною мірою, необхідною для наступних етапів і управління цими запасами при їх зберіганні. Створення товарних потоків включає в себе сортування товарів, збір, упаковку, угруповання, тобто загальну підготовку партій товарів для їх подальшого транспортування, відвантаження відповідно до умов угод або замовлень. Цей процес може здійснюватися безпосередньо виробничим підприємством після закінчення виробничого циклу або посередницькими організаціями шляхом передачі цієї частини роботи на аутсорсинг [2, с.136].

Доставка товарів може здійснюватися аналогічним чином засобами виробничого підприємства, за свій рахунок або користуючись послугами посередників. При цьому перевезення може здійснюватися з використанням різних видів транспорту: автомобільного, залізничного, повітряного, водного і трубопровідного. Особливо актуальним способом перевезення є комбіноване використання різних видів транспорту. Використання комбінованих перевезень допомагає оптимізувати процес доставки, а також може значно заощадити кошти.

Ще однією технологічною особливістю є упаковка продуктів, яка забезпечує захист, цілісність продукту і його тривале зберігання, носить рекламний характер і являє додаткову споживчу цінність. Допоміжні функції технологічного характеру дозволяють надати продукту привабливий зовнішній вигляд, провести кадрове забезпечення при необхідності для передпродажної підготовки. Для того, щоб підвищити цінність товару і його економічний зміст, використовуються передпродажні та післяпродажні послуги.

Наведені функції складування-зберігання і доставки-розподілу формують основну логістику складування. Серед інших функцій, які є не менш важливими

для збутової діяльності, можна виділити кадрову, матеріально-технічну, фінансову. Управління збутовою діяльністю підприємства забезпечується загальними функціями управління, а саме функціями планування, організації, контролю та індивідуального маркетингу.

Таким чином, збутова діяльність підприємства являє собою процес просування продукції на ринок з метою продажу споживачам для її подальшого використання. В сучасних умовах функціонування виробничих підприємств, коли на ринку спостерігається невизначеність і підвищений рівень ризику, використання інструментів стратегічного маркетингу в управлінні збутовою діяльністю є необхідним напрямом для успішного розвитку підприємства.

### **Література:**

1. Кулик В. А. Логістичний менеджмент: Навч. посібн. / В. А. Кулик, М. Ю. Григорак, Л. В. Костюченко. – К.: Логос, 2013. – 268 с.
2. Секерин В. Д. Логистика: учебное пособие / В. Д. Секерин. – М.: КНОРУС, 2016. – 240 с.

Утеев Б. Ж.  
[bakytur2013@mail.ru](mailto:bakytur2013@mail.ru)

Уртембаева З.  
[zu\\_rabota@gmail.com](mailto:zu_rabota@gmail.com)

## **ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕР АУДИТОРИЯСЫНЫҢ ТҰТЫНУШЫЛЫҚ МІНЕЗ - ҚҰЛҚЫНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ**

Аңдатпа

Әлеуметтік желілер, мемлекет, бизнес және азаматтық қоғам арасындағы байланысты жеңілдету, әлеуметтік қызметтер сапасын арттыру, еңбек өнімділігін арттыру, кәсіпкерлік пен жұмыс үшін жаңа мүмкіндіктер туғызу, білім алу және оны үздіксіз жетілдіру және кәсіби біліктілікті кеңейту үшін жаңа мүмкіндіктер жасау, әлеуметтік маңызды ғылыми зерттеулер үшін жаңа мүмкіндіктерді құруға көмектеседі.

Әлеуметтік желілер аудиториясының тұтынушылық мінез - құлқының ерекшеліктері

Әлеуметтік желілер – айналысатын іс әрекеттері бірдей адамдардың [интернет](#) бірігетін қоғамдастық сайттары. Осы сайттарда адамдар жедел түрде мәліметтер алмасады және достар табады. Бірақ осы сайттар арқылы тек қатынасып қана қоймай, адамдар [музыка](#), видео іздеуі де мүмкін.

Әлеуметтік желілерде адамдар өзі жайлы мәлімет тастап қалдыра алады (туған күні, оқыған мектебі, университеті, ермектері және т.б.), басқа қатынасушылар осы мәліметтерді пайдаланып сол адамды таба алады. Әлеуметтік желінің қызметі мұнымен тоқтап қалмайды. Әлеуметтік желілерде достармен, басқа қолданушылармен хат алмасуға; сурет алмасуға; сурет, видео, жазба-мақала жариялауға болады. Танымал желілердің (Вк, Фейсбук, Менің әлемім, т.б) ішінде ойын ойнау, музыка тыңдау сынды мүмкіндіктері бар.

Әлеуметтік желілер интернет 1995 ж. бастап кең таралған, осы жылы бірінші әлеуметтік желі - Classmates.com (Сыныптастар) сайт ашылды. 2003-2004 жж. [MySpace](#), [Facebook](#) жобалары шықты.

Сауда ұжымдары әлеуметтік желілерге үлкен қызығушылық көрсетті. Осындай жобалар бірнеше миллиондық аудиторияны тартты әрі олардың жарнамасы қатты әсер жасады [1].

Қазақстандықтардың арасында ең танымал желі «ВКонтакте». Онда 1,945 миллион пайдаланушы отырады. Айына олар шамамен 45 миллионға жуық хабарламалар таратады. Олардың 53,8 пайызы ер адамдар болса, 46,2 пайызы әйелдер. «ВКонтакте» желісіндегі аудиторияның басым көпшілігін 18 жасқа дейінгі жастар құрайды. Жасы 18 бен 24-тің аралығындағы жастар саны бұдан сәл аздау. Ал, жасы 25-тен жоғары азаматтар саны белсенді пайдаланушылардың 25 пайызынан төмен.

Сондықтан, қазір Қазақстанда Instagram желісі танымал болып келеді деуге толық негіз бар. Бұл желіні 1,336 миллион адам пайдаланады, олардың басым бөлігі немесе 71,9 пайызы әйелдер. Ерлер саны Instagram желісінде сәйкесінше, 28,1 пайыз. Бұл желі бойынша пайдаланушылардың жас ерекшеліктері туралы мәліметтер жоқ. Айта кетерлік мәселе – аталмыш қызметтің танымалдылығы Tengrinews.kz akkaунтына тіркелгендер санымен ерекшеленіп отыр, 8-ақпанда олардың саны 100 мыңнан асты.

Бұдан кейінгі орынға «Мой мир» (Менің әлемім) желісі орналасқан. Оны 155,3 мың қазақстандық пайдаланады. Олардың арасында әйелдер – 59,5 пайыз, ерлер 40,5 пайыз. Бұл азаматтардың жас ерекшеліктері 25 пен 34-тің арасында. Сонымен қатар, «Мой мир» желісінде 35 пен 44 жас аралығындағы азаматтар саны да жетерлік. Бұл желі жастар арасында аса танымал емес. Жастар желіні пайдаланушылардың тек 20 пайызын ғана құрайды.

Facebook әлеуметтік желісін Қазақстанда 125,8 мың адам қолданады, олардың басым бөлігін немесе 60,3 пайызы әйелдер құрайды. Бұл желінің бір ерекшелігі мұнда жасы 18-ге жетпейтін жастар саны жоққа тән, небәрі 0,1 пайыз. Аудитория негізінен 25-34 жасындағы азаматтар құрайды, олардың саны 45,4 пайыз. Сондай-ақ, тағы бірі ерекшелік - Facebook желісінде 55 жастан асқан азаматтар да бар. Олардың саны 5 пайызға жуық.

Ересек азаматтар ерекше көп пайдаланатын желілердің бірі «Однокласники» (Кластастар) желісі. Бұл желідегі азаматтардың жастары 69,3 мыңнан асады және олардың жастары негізінен 25-тен жоғары болып келеді. Сонымен бірге, желіні пайдаланушы әрбір бесінші азаматтың жасы 55-тен жоғары. Пайдаланушылардың 74 пайызы әйелдер, 26 пайызы ерлер.

Әлемдік электрондық коммерция қарқынды дамып келеді. Электронды коммерция нарығының көлемі жағынан алғашқы 10 ел: Қытай, АҚШ, Ұлыбритания, Жапония, Германия, Франция, Оңтүстік Корея, Канада, Ресей, Бразилия алда тұр. Қазақстанда барлық бөлшек сатудан онлайн сауда үлесі шамамен 1-1,5% құрайды, алайда жыл сайын электрондық коммерция нарығы 30% өседі. Қазақстандық Satu.kz онлайн-саудасы көшбасшысының дерегі бойынша, 2017 жылы қазақстандықтар маркетплейсте 20,144 миллиард теңгеге тауар сатып алды, ал бір онлайн-сатып алудың орташа чегі 19 пайызға өсіп, 34 742 мың теңгені құрады [2].

Электрондық сауда телекоммуникация желілері арқылы жүзеге асырылатын тауарларды, жұмыстар мен қызметтерді сатуға арналған кәсіпкерлік қызмет болып табылады. Атап айтқанда, электронды сауда арқасында халық тауарларға арзан бағамен қол жеткізе алады. Тауарлармен электронды сауда-саттық – интернет-дүкен және (немесе) интернет-алаң арқылы ақпараттық технологиялармен жүзеге асырылатын жеке тұлғаларға тауарларды сату жөніндегі кәсіпкерлік қызмет, сонымен қатар келесі шарттарды сақтайды:

- тауарларды сату бойынша келісімдерді тіркеу электронды түрде жүзеге асырылады;

- тауарларға ақы төлеу ақшасыз төлем арқылы жүзеге асырылады; - тауарларды, курьерлік және (немесе) пошта қызметін жүзеге асыратын тұлғалармен шарт болуы не сатып алушыда (алушыға) өз тауарды жеткізу қызметінің болуы.

1. Ыңғайлылық. Сізге киім, тұрмыстық техника, парфюмерия, т.б. сатып алу интернетте ыңғайлы екенінің бірінші себебі сатып алудың осы түрінің ыңғайлылығында. Сізге уақытыңыз бен күшіңізді базар мен дүкендерге жұмсауыңыздың қажеті жоқ. Сіз lamoda.kz, flip.kz және басқа да интернет-дүкендердегі өзіңізге ұнаған затты оңай таба аласыз және артықшылығы интернет-дүкендер үзіліссіз әрі тәулік бойы әрі мереке күндері де жұмыс істейді. Сондай-ақ, интернет-дүкендерде кезекке тұрмайсыз. Бұл қолы бос емес адамдар

немесе қажетті затты сатып алу үшін кезекке тұрғысы келмейтіндер үшін пайдалы.

2. Ақшаны үнемдеу. Көбінесе интернет-дүкендер өз өнімдерін нарықтан төмен бағамен ұсынады. Дүкен иесі үй-жайларды жалға алуда, қызмет көрсетуші персонал мен коммуналдық төлемдерде үнемдейді. Бұл тауарды төменгі маржа құнын азайтуға мүмкіндік беретіндіктен, тауарларды базарлар мен сауда үйлеріне қарағанда орташа есеппен 20-30% арзан етеді.

3. Ассортимент. Онлайн сатып алудың үшінші артықшылығы ассортименттің көптігінде. Сіз өте шағын ауылда тұрсаңыз да, интернет-дүкен арқылы барлық тауарға қол жеткізе аласыз. Интернет-дүкендерде жергілікті нарықтағыдай киім, техника, парфюмерияны еркін таңдай аласыз. Мысалы, flip.kz интернет-дүкенінде киімнің таңғажайып ассортименті сізді күтуде, ал technodom.kz интернет-дүкенінде сіз Қазақстандағы кез келген жеріне жеткізілетін техниканы таба аласыз.

4. Үйде өлшеп көру мүмкіндігі. Интернет-дүкендердің көбі сатып алынған затты өз тұтынушыларының үйіне жеткізуге тырысады. Егер өнім сізді қанағаттандырмаса, сіз оны курьерге қайтара аласыз немесе өз өлшеміңіздегі киімді қалдыра аласыз.

5. Ыңғайлы төлем әдістері. Интернет арқылы заттарды сатып алуға тұрарлық себептердің тізімін толтырады. Бұл карточкалар арқылы төлеу және Қазпоштада немесе курьерден тауарларды қабылдау кезінде қолма-қол ақшамен төлеуге болады. Интернеттегі барлық сатып алулар «тұтынушылардың құқықтарын қорғау туралы» заңмен жақсы қорғалған, оған сәйкес сатып алынған онлайн-өнімді сатушыға 14 күн ішінде қайтаруға және ақшаңызды қайтаруға болады.

Электрондық сауда мүмкіндіктері

1. Тапсырысты рәсімдеу.

- Тауардың түрін анықтау керек: киім, тамақ, кітап, зергерлік бұйымдар және т.б.

- Егер өнім анықталған болса, іздеу жүйесінен: «Онлайн кітап» деп теру. Сілтемелерге сүйеніп, өзіңізге ұнайтын вариантты табасыз.

- Немесе танымал сайттар болады. Мысалы, amazon.com, ebay.com

- Америка мен Еуропадан тапсырыс беру.

2. Төлем. Қажетті тауарларды таңдаған соң, пайдаланушы, әдетте, сайтта төлем әдісін таңдауға мүмкіндік алады.

1) Банк карточкасы - ақшалай емес есептесу.

2) Терминалдар - төлем көшедегі төлем терминалдарында жүзеге асырылады.

3) қолма-қол ақша төлеу - тауарлар сатып алушы тауарды алған кезде тауарларды қолма-қол ақшамен төлеу.

4) Салынбалы төлем тауарларды алғаннан кейін пошта бөлімшесінде төленеді.

Алаяқтық операцияларға бейімделген төлем әдістерінің бар екендігіне және олардың адал интернет-дүкендерде пайдаланылмайтынына назар аударыңыз:

– Western Union аударымы. Аударымның бұл түрі тек жеке тұлғалар арасында ғана қолданылады, төлемді қайтару немесе жоққа шығару мүмкіндігі жоқ.

– қысқа нөмірге өзгеріссіз сомадағы SMS-хабарламалар. Төлемді қайтару немесе жоққа шығару мүмкіндігі жоқ. Шағын сомалар, түбіртектер жоқ. Оның қарапайымдылығына байланысты, ол әртүрлі алаяқтық схемаларда жиі пайдаланылады және әдетте, жоғарыда айтылғандай, арнайы төлем жүйелерімен жұмыс істейтін маңызды интернет-дүкендерде пайдаланылмайды.

3. Жеткізу Сатып алушымен тапсырыс жасағаннан кейін, сатушы байланысқа шығып, тапсырыс берілетін орын мен уақытты анықтайды. Жеткізу жүзеге асырылады:

- жеке жеткізу қызметімен;
- жеткізілім қызметін көрсететін компаниямен;
- поштамен – бандероль немесе посылкамен [3].

Әлеуметтік желілерді жастардың әлеуметтенуінде тиімді құрал ету мақсатында келесі бағыттарда жұмысы жетілдіру қажет:

- БАҚ құралдарының жоғарыда аталған әлеуметтік желілік сайттардағы парақшалары арқылы мазмұнды ақпараттарды тарату (орыс тілді ақпарат көздері кеңінен қолданады);

- мемлекет қайраткерлерінің, лауазымды тұлғалардың беттерін ашып, олардың халықпен тікелей диалогқа шығуы (қазір көбіне өнер адамдары белсенділік танытуда);

- онлайн қолданушыларды біріктіретін шараларды көптеп ұйымдастыру (қазір ру бойынша бөлінген қауымдастықтар көп), жастар ұйымдары осы бағыт бойынша тіпті жобаларды жүзеге асырса болады;

- ЖОО-ларда оқыту курстарының әлеуметтік желілерде беттерін ашып, оқу материалдарын орналастыру (бұл ЖОО сайтында жасалынуы мүмкін, алайды әлеуметтік желілерде ашқан тиімдірек, әрі жылдам кері байланыс орнатуға мүмкіндік береді);

- тарихи, әдеби, мәдени бағытта онлайн-жобалар ұйымдастыру.

Интернеттегі әлеуметтік желілерді жастардың интеллектуалдық капиталын арттырып, мәдениетін көтеріп, тұлғалық қалыптасуына әсер ететін, патриотизмді насихаттайтын ақпараттық коммуникациялық құрал ретінде қолдануда, электрондық сауда мүмкіндіктерін дамытуда маңызы жоғары [4].

### **Пайдаланған әдебиеттер тізімі:**

1. <https://kk.wikipedia>
2. <https://qazaqstan>
3. [https://atameken.kz/files/edu\\_kk.pdf](https://atameken.kz/files/edu_kk.pdf)
4. <https://informburo.kz/>

**Бобровнича Н.С., доц., к.е.н., Деньщикова О.П., бакалавр.**  
*Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова. Україна*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ПРОДАЖУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ ОПЕРАТОРОМ ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ**

Однією з найважливіших і швидкозростаючих складових світової економіки є сфера послуг. Поширення глобалізації світової економіки посилює значимість та можливості сфери послуг, що впливає на зростання економіки, підвищує конкурентоспроможність країни на світових ринках, покращує добробут населення.

Поштовий зв'язок як невід'ємна складова частини національної та глобальної інформаційної інфраструктури відіграє значну роль в управлінні народним господарством, прискоренні інтеграційних процесів у світі, зближенні і більш тісному спілкуванні людей.

Ринок поштових послуг в Україні сильно змінився. Фахівці відмічають значні зміни в структурі поштового ринку, так комерційні організації з доставки займають близько 60% та близько 40% належить Укрпошті.

Акціонерне товариство «Укрпошта» (АТ «Укрпошта») сьогодні – це: понад 11 тис. об'єктів поштового зв'язку: поштамти, поштові відділення, пересувні, сезонні та острівні відділення поштового зв'язку по всій Україні; понад 70,5 тис. працівників, серед яких листоноші – 30 тис. В 2019 році підприємство Укрпошта доставила 187,5 млн. од. письмової кореспонденції, 24,7 млн. посилок, 10 млн. переказів та понад 61 млн. пенсій та грошових допомог, розповсюджено за передплатою та в роздріб близько 305 млн. примірників журналів та газет. Доставка пошти здійснюється у більше ніж 200 країн світу.

Серед стратегічних завдань Укрпошти можна відмітити: розвиток поштових послуг; збільшення обсягів пересилання посилок та сприяння розвитку електронної комерції в Україні; збільшення обсягів міжнародних посилок та розвиток співробітництва з міжнародними приватними поштовими операторами; розробку та впровадження нових та вдосконалення існуючих

поштових продуктів; побудову нової логістичної мережі— будівництво сучасних автоматизованих сортувальних центрів.

**Окреме місце приділяється розвитку фінансових послуг; розробці та запровадженню поштових рахунків, що поміж іншим надасть доступ до фінансових інструментів більшій кількості населення. Особлива увага приділяється підвищенню якості обслуговування та розвитку мережі, виконання завдання передбачає оптимізацію мережі та повну автоматизацію відділень, впровадження нових каналів збуту; підвищення якості та швидкості обслуговування клієнтів в власній мережі відділень; впровадження нової моделі обслуговування в невеликих селах – перехід на обслуговування пересувними відділеннями поштового зв'язку**

Важливим напрямом посилення позицій Укрпошти є провадження торгівельної діяльності, вирішення проблемних питань та основних задач, які стоять перед працівниками даного напрямку діяльності. працівників відділів торгівлі та відповідальних осіб. Для ефективної роботи в даному напрямі необхідно розглядати нові аспекти провадження торгівельної діяльності, адже торгівля була і залишається одним із пріоритетних напрямків роботи та має значний потенціал у збільшенні доходної частини.

Для ефективної роботи в даному напрямі необхідно забезпечити всебічну співпрацю, вибудувавши ефективну модель діалогу від працівників ВПЗ до департаменту торгівлі, з можливістю надання пропозицій від усіх ланок для вдосконалення роботи, забезпечивши постійний контроль, аналіз та прогнозування діяльності безпосередньо на місцях. Необхідно відпрацювати чітку систему взаємодії, щоб бачити можливі шляхи вдосконалення роботи.

Відомо, що успішна діяльність оператора на ринку визначається відношенням до споживача, задоволенню його потреб та інтересів. Такий клієнт-орієнтований підхід, який поперед усе орієнтується на споживача, має добру організацію бази даних о споживачах та тісні контакти з ними в умовах високої якості послуг та обслуговування, вміння довести інформацію про себе та послуги до споживачів, що в кінцевому рахунку приведе до підвищення обсягів продаж.

Чим більше конкуренція на ринку, тим інтенсивніше потрібно менеджерам шукати дієвих способів щодо до реклами та розповсюдження товарів чи надання послуг, потрібно знайти методи, які дозволять зробити ці товари чи послуги потрібними та популярними. Відтак, все більше уваги

приділяють технікам продаж, які дають можливість залучити клієнтів, показати їм переваги товарів, зробити зацікавлених клієнтів постійними покупцями. Важливо правильно підібрати методи, які дозволять збільшити кількість продаж, і витрати на них окупляться. Водночас слід грамотно використовувати ці методи з урахуванням цільової аудиторії конкретних товарів.

Таким чином, ефективний продаж можна розглядати значно ширше: це і сучасна технологія надання поштових послуг, і управління оператором поштового зв'язку, орієнтованого на споживача, і ефективна організація взаємовідносин оператора поштового зв'язку зі споживачами та партнерами, це і контроль процесу продажу та діяльності працівників, працюючих зі споживачами.

Висвітлені питання визначили тему дослідження щодо організації системи продажу товарів та послуг оператором поштового зв'язку в сучасних умовах

#### Література:

1. Бобровнича Н.С., Долгаш О.М. Побудова систем продажу і боротьби за споживачів в умовах жорсткої конкуренції /Матеріали X міжнародної науково-практичної конференції «Перспективи образования науки и техники -2014», м. Пшемешль, 07-15 листопада –2014р, с. 44-46.

2. Бобровнича Н.С., Колеснікова О.К. Необхідність впровадження нових послуг у поштовому зв'язку /Матеріали IV Міжнародна науково-практична конференція "Економіка та управління в умовах побудови інформаційного суспільства" Секція 3, 2015р., ОНАЗ ім.О.С.Попова, м. Одеса – с.79-82

**К.э.н. доц. Сурженко Н.В., студентка Фірсова О.М.**

*Таврійський державний агротехнологічний університет ім. Дмитра  
Моторного, Україна*

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ**

Сучасні підприємства стикаються у жорсткій конкурентній боротьбі на ринку та пошуку шляхів успішного розвитку. В будь якій фірмі або підприємстві структура керування незалежно від її ієрархії та структури зводиться до взаємовідносин між керівником та підлеглими, від лінійних керівників до основного виконавчого персоналу. Основна мета діяльності будь-якого підприємства – отримання прибутку. Успішне досягання цієї мети залежить від багатьох факторів, одним з яких є ефективне управління персоналом.

Управління персоналом – це цілеспрямований вплив, необхідний для узгодження спільної діяльності людей з виробництва продукції чи надання послуг, що включає ціле-визначення, організацію виконання, мотивацію, координацію та контроль [1, с. 12].

Специфіка людських ресурсів виражається втому, що, по-перше, люди наділені інтелектом, їх реакція на управління є емоційною, продуманою, а не механічною, а це означає, що процес взаємовідносин є двосторонній; по-друге, люди постійно удосконалюються і розвиваються; по-третє, відносини ґрунтуються на довготерміновій основі, оскільки трудове життя людини може продовжуватись протягом 30—50 років; і останнє, люди приходять в організацію усвідомлено, з певними цілями і мотивами[4, с. 2].

Відношення керівника до підлеглих безпосередньо впливає на характер ділового спілкування в колективі, в значній мірі визначає його етично-психологічний клімат. Успіх керівництва, на нашу думку, багато в чому залежить від таких аспектів:

дотриманням керівником етичних норми і принципи при спілкування зі своїми підлеглими;

чіткістю і зрозумілістю формулювання розпоряджень і наказів в процесі управління;

своєчасним і дієвим контролем додержання службової дисципліни;

створенням комфортних умов та етичної захищеності підлеглих в колективі

Найбільш тісний зв'язок з безпосередніми виконавцями робочого процесу підприємства мають функціональні керівники. Вони мають можливість коригувати різноманітні конфліктні ситуації, знаходити компроміси та сприяти покращенню виробничого процесу. Отже перш за все керівникам необхідно дотримуватись загальних принципів управління персоналом: системність; рівні можливості; повага до людини та її гідності; командна єдність; горизонтальне співробітництво; правова і соціальна захищеність; облік довгострокової перспективи організації; інтеграція і згуртованість колективу; участь співробітників у прийнятті рішень; опора на професійне ядро кадрового потенціалу; дотримання балансу інтересів керівників і підлеглих співробітників; співпраця з профспілками та громадськістю [3].

Отже, актуально розробити концепцію, яка б дозволяла скоригувати роботу керівника, безпосередньо, під час роботи з персоналом. Існує досить багато методик, які практикуються в великих фірмах. Але вони вирішують проблему лише з підлеглим та зазвичай, коли вже труднощі є в наявності, а отже, предмет конфлікту залишається між персоналом та керівником.

Необхідно впровадити так звані «зворотні ідеї персоналу», тобто пропозиції від підлеглих до свого безпосереднього керівника. Наприклад, анонімні листи або скриньки довіри (темна скриня, яка розташовується в такому місці, де немає камер спостереження або будь яких інших перешкод для анонімності).

Запропонований підхід дозволить керівнику вивчати своїх підлеглих, знати їх, розуміти внутрішні механізми їхньої поведінки та вчасно визначити можливі недоліки керівника в роботі з підлеглими й вдосконалити або усунути чинники, які заважають для успішної роботи з персоналом. Це також може допомогти йому, виявити згуртованість колективу, бо в анонімних листах підлеглі можуть писати про негаразди, які відбуваються в самому трудовому колективі.

До недоліків запропонованого методу можна віднести, особисту недоброзичливість підлеглого до керівника. Деякі робітники спробують нанести психологічну шкоду керівнику та написати лист негативного характеру, лише для задоволення своїх бажань. Негативний вплив цього недоліку можна вирішити завдяки попередньому перегляду листівок, кваліфікованим психологом, який визначить на які листівки необхідно звертати увагу, а які відхиляти.

На сьогоднішній день, удосконалення управлінських відносин є найважливішим завданням сучасних керівників, від успішного вирішення якого залежить ефективність діяльності очолюваних ними організаційних структур.

#### Література:

1. Бабайлов В.К. Менеджмент по методике «2С70»: монография / В.К. Бабайлов, А.И. Баленко. – Харьков: ФЛП Либуркина Л.М., 2007. – 232 с.
2. Воронкова В.Г. Управління людськими ресурсами: філософські засади [Текст]: навчальний посібник / під ред. д. ф. н., проф. В.Г. Воронкової. – К.: ВД «Професіонал», 2006. – 576 с.
3. Сурженко Н.В. Розвиток ринку консалтингових послуг: зарубіжний досвід і реалії України //Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки), 2018 - №2(37).– 284с. С.105-111
4. Сурженко Н.В. Менеджмент кадрової політики консалтингової фірми /Н.В. Сурженко, Д.О. Дорохов //Матеріали за XV міжнародна научна практична конференція, Бъдещето въпроси от света на науката - 2019 , 15 - 22 декември 2019 г. Икономики.: София.«Бял ГРАД-БГ » - 108 с.- С.69-71

## Счетоводство и аудит

**доктор PhD, Калибаев Мырзабек Калибайулы**

*Казахский национальный аграрный университет, Казахстан*

### **УЧЕТ ФИНАНСОВЫХ АКТИВОВ СОГЛАСНО МСФО (IFRS) 9**

В соответствии с Законом РК «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» финансовая отчетность представляет собой информацию о финансовом положении, результатах деятельности и изменениях в финансовом положении индивидуального предпринимателя или организации.

Порядок составления финансовой отчетности и дополнительные требования к ней устанавливаются в соответствии с международными стандартами, международным стандартом для малого и среднего бизнеса и требованиями законодательства Республики Казахстан о бухгалтерском учете и финансовой отчетности.

Особенностью МСФО 9 является то, что данный стандарт регулирует учет финансовых инструментов, таких, как выданные и полученные займы, дебиторская и кредиторская задолженность, депозиты, ценные бумаги, производные финансовые инструменты и так далее.

Мы считаем, что основное отличие нового стандарта от предыдущего МСФО (IAS) 39 в применении концепции ожидаемых кредитных убытков по финансовым активам на балансе компаний вместо концепции понесенных кредитных потерь, то есть в условиях рыночной экономики банки, страховые компании и прочие финансовые институты должны признавать дополнительные убытки, которые будут покрывать ожидаемый уровень невозвратных финансовых активов. Компания должна сделать оценку ожидаемых кредитных убытков, используя как внутреннюю, так и внешнюю информацию, включая будущие макроэкономические прогнозы и ожидаемый рост кредитного риска и ожидаемый уровень возврата после события дефолта в будущем.

Согласно новой модели, обесценение по финансовому инструменту признается при первоначальном признании и сопровождает его до самого выбытия. Данная модель планирования кредитных убытков заключается в

отслеживании и определении кредитного риска по финансовым инструментам и поэтому потребует от бухгалтеров значительного объема профессионального суждения в определении подходов, оценок, допущений.

Учет по новой модели можно разделить на три этапа в зависимости от изменений кредитного риска с момента первоначального признания финансового инструмента:

1 этап. Кредитный риск по состоянию на текущую отчетную дату существенно не повысился с момента первоначального признания, на данном этапе оценочный резерв под убытки определяется на текущую отчетную дату в сумме, равной 12-месячным ожидаемым кредитным убыткам;

2 этап. Значительное повышение кредитного риска с момента первоначального признания финансового инструмента на этом этапе по состоянию на каждую отчетную дату признается оценочный резерв под убытки, величина которого равна ожидаемым кредитным убыткам за весь срок;

3 этап. Наступление дефолта на данном этапе величина оценочного резерва под убытки будет равна ожидаемым кредитным убыткам за весь срок. При этом процентная выручка рассчитывается методом эффективной процентной ставки на 1 и 2 этапах путем применения эффективной процентной ставки к валовой балансовой стоимости финансового инструмента (без учета резерва под ожидаемые убытки), а на 3 этапе - путем применения эффективной процентной ставки к его амортизированной балансовой стоимости (с учетом резерва под ожидаемые убытки).

Существует упрощенный подход признания оценочного резерва под убытки в сумме, равной ожидаемым кредитным убыткам за весь срок по нижеследующим активам:

1) торговой дебиторской задолженности или активов по договору, которые возникают вследствие операций, относящихся к сфере применения МСФО (IFRS) 15 «Выручка по договорам с покупателями» (МСФО 15), и которые не содержат значительного компонента финансирования в соответствии с МСФО 15 или содержат значительный компонент финансирования, если организация в качестве своей учетной политики выбирает оценку оценочного резерва под убытки в сумме, равной ожидаемым кредитным убыткам за весь срок;

2) дебиторской задолженности по аренде, которая возникает вследствие операций, относящихся к сфере применения МСФО (IFRS) 16 «Аренда», если организация в качестве своей учетной политики выбирает оценку оценочного резерва под убытки в сумме, равной ожидаемым кредитным убыткам за весь срок.

Организация должна применять требования, касающиеся обесценения, ретроспективно в соответствии с МСФО (IAS) 8 «Учетная политика, изменения в бухгалтерских оценках и ошибки». Кроме того, новый стандарт предусматривает более обширное раскрытие в части обесценения финансовых инструментов, в том числе изменений величины ожидаемых убытков.

Мы предлагаем услуги по внедрению МСФО (IFRS) 9 «Финансовые инструменты», включая оценку резервов по сомнительным долгам, потому что данный стандарт пересматривает правила учета финансовых инструментов и может иметь весьма существенный эффект на финансовую отчетность. Следующие статьи баланса попадают под те или иные требования МСФО 9 и следовательно, находятся в зоне риска:

Дебиторская задолженность;

Средства в банках (включая текущие и срочные счета);

Займы;

Гарантии выданные;

Ценные бумаги;

Финансовые активы по лизингу

Самым значительным изменением внесенным новым стандартом в учет финансовых активов является переход с модели обесценения «понесенного убытка» на модель обесценения «ожидаемого убытка».

Мы считаем, что новая модель требует создания резерва под обесценение основываясь на вероятности дефолта контрагента, скорректированной на цикличность экономической среды контрагента, и прогнозной информации.

Таким образом, организация должна на основе статистических моделей создать резерв под обесценения по новой дебиторской задолженности в день ее первоначального признания. Даже если дата оплаты может наступить только лишь через несколько месяцев и дебиторская задолженность не является обесцененной.

Большинство компании в Казахстане пользуются услугами специализированных консультантов при первоначальном внедрении стандарта. Поскольку для корректного расчёта необходимо совмещать бухгалтерское понимание МСФО и знания в нескольких сферах, обычно далеких от бухгалтерского учета: экономика, финансы, статистика, моделирование и эконометрика.

Мы считаем, что внедрение методики расчета резервов под обесценения в соответствии с требованиями МСФО 9 должны включать следующие:

Классификация финансовых активов, то есть определение бизнес моделей для каждого класса финансовых активов;

Сегментация активов по их кредитным рискам;

Определение классификации финансовых обязательств;

Расчет эффекта на капитал от первоначального применения стандарта;

Подготовка отчета и обсуждение результатов с клиентом;

Защита предварительного отчета перед внешними аудиторами;

Выпуск финального отчета.

Согласно МСФО (IFRS) 9 финансовые активы классифицируются на две группы:

- 1) финансовые активы, учитываемые по амортизированной стоимости;
- 2) финансовые активы, учитываемые по справедливой стоимости.

При этом изменения справедливой стоимости финансовых активов из второй квалификационной категории разрешалось при определенных условиях по выбору компании отражать в прочем совокупном доходе.

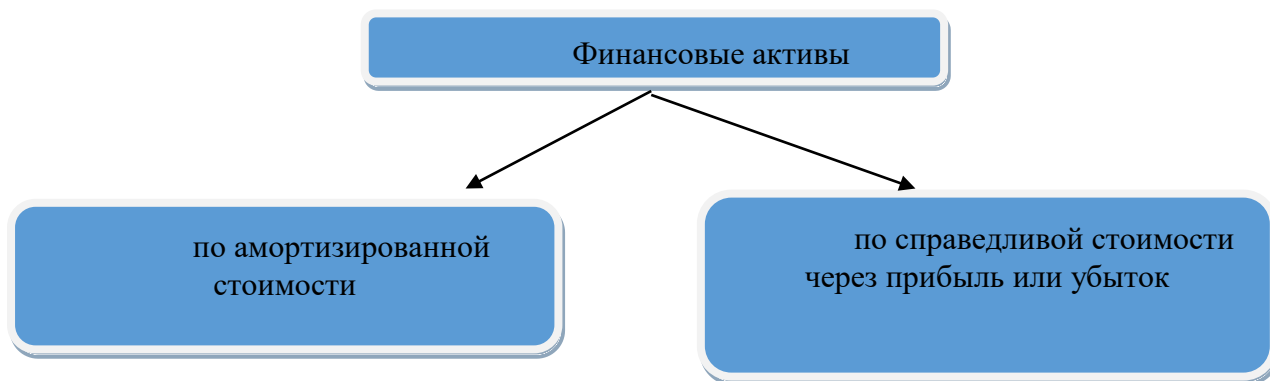


Рисунок 1. Классификация финансовых активов

Для бухгалтерского учета организации первостепенен вопрос оценки приобретаемых активов, поскольку оценка является одним из факторов представления итоговых показателей работы предприятия. В то время как в РК отдают предпочтение фактической себестоимости, то есть исторической).

В соответствии с IFRS 9 последующая оценка финансовых активов в организации стала зависимой от применяемой «бизнес-модели». Базу для классификации составляет менеджмент финансовыми активами и получение контрактных денежных потоков от них. Подобное разделение предусмотрено для того, чтобы основной пользователь отчетности в лице инвестора, что справедливо для МСФО был способен предсказывать и самостоятельно оценивать будущие поступления денежных средств. Появилось логичное распределение: при владении активами, относящимся к разным группам, компания может применить разные модели учета.

Например, в 2018 году компания приобрела долевые инструменты (акции) другой компании в количестве 100 штук по 1 100 тенге за штуку, всего на 110 000 тенге.

Инвестор приобрел данные инструменты с целью долгосрочного удержания, и поэтому их учет будет осуществляться по справедливой стоимости через прочий совокупный доход.

Справедливая стоимость инвестиций:

- на 31 декабря 2018 года - 1 400 тенге/шт.;
- на 31 декабря 2019 года - 1 300 тенге/шт.

При этом составляются следующие бухгалтерские проводки:

Таблица 1. Бухгалтерские проводки по долевым инструментам

*тенге*

| Содержание операции                                                      | Дебет | Кредит | Сумма                             |
|--------------------------------------------------------------------------|-------|--------|-----------------------------------|
| Приобретение долевых инструментов                                        | 2030  | 3310   | 110 000                           |
| Изменение справедливой стоимости на первую отчетную дату (31.12.2018 г.) | 2030  | 5440   | 30 000<br>((1 400 - 1 100) × 100) |
| Изменение справедливой стоимости на вторую отчетную дату (31.12.2019 г.) | 5440  | 2030   | 10 000<br>((1 300 - 1 400) × 100) |

Вывод: Таким образом, новая модель учета обесценения финансовых инструментов, предусматривающая учет будущих убытков от обесценения, вводимая МСФО 9, в полной мере устраняет недостатки модели понесенных убытков, предусмотренной в МСФО (IAS) 39 «Финансовые инструменты: признание и оценка».

Литература:

1. Закон Республики Казахстан «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности» (с изменениями и дополнениями по состоянию на 01.01.2020 г.)
2. Международный стандарт финансовой отчетности (IFRS) 9 «Финансовые инструменты» (введен в действие с 01.01.2019 года на территории Республики Казахстан Приказом Минфина РК от 14.11.2018 № 404)
3. URL: <http://m.msfo-practice.ru/414709> - МСФО на практике
4. Нурсеитов Э.О., Нурсеитова Д.Э, МСФО в Казахстане: перехода и применения. – ТОО «Издательство LEM». – 2013. – 388 с.

**Auyezova B.A.**

*L.N. Gumilyov Eurasian National University, Nur-Sultan, Kazakhstan*

## **STRATEGIC PLANNING IN THE EUROPEAN UNION**

Strategic planning and management of economic development in the EU has two distinct elements. First – it is a pan-European system of strategic management that defines the directions, goal setting, the most important parameters of the financial and structural policies of the EU members, the requirements for the content and format of national "stabilization and convergence programs", as well as monitoring of budget and economic policies by EU authorities; secondly, it is a system of national legislation and planning documents covering the national, sectoral, regional and municipal levels of government.

The substantive basis of the pan-European system of strategic management and planning is the 10-year economic development strategy "Europe 2020", adopted by the European Union in 2010. Its goal is to create conditions for sustainable EU development and inclusive growth. "Inclusive growth" refers to the involvement of every EU member and every citizen of these countries in development" regardless of economic status, age, gender, physical condition or religious beliefs". According to the world Bank definition, inclusive growth can be considered if sustainable development is provided for the long term, involving all sectors of the economy and a large part of the labor force of each country. Inclusiveness is interpreted in terms of equal opportunities for access to markets, resources, and an impartial regulatory environment for businesses and individuals[1].

The Europe 2020 strategy sets out five main goals that apply to the entire EU. These goals are ambitious, should be taken into account when setting national goals for each of the EU countries, and cover the following areas:

- 1) *Employment*: 75% of the population aged 20-64 should be employed;
- 2) *Research and development*: 3% of EU GDP should be invested in research and development;

3) *Climate change and energy sustainability*: achieving energy and climate change policy goals (including a 30% reduction in environmental pollution);

4) *Education*: for students who have dropped out of school, it should not exceed 10%. At least 40% of young people must have a higher education;

5) *Fighting poverty and social exclusion*: reducing the number of people at risk of falling below the poverty line by 20 million[2].

In order to achieve these goals, the following areas of activity have been put forward as priorities:

1. "Innovative Union". Combining efforts to create and implement innovations will allow the use of innovative ideas in the production of goods and services, should contribute to the creation of new jobs and economic growth.

2. «Youth movement». Improve education. Attracting young people to the labor market.

3. "Development of digital technologies in Europe". Accelerate the widespread use of high-speed Internet and provide opportunities for individuals and businesses to participate in the common digital commercial space.

4. "Appropriate use of resources in Europe". Reasonable use of energy sources, transition to an economy with low consumption of hydrocarbons. Increasing the use of renewable energy sources. Modernization of the transport sector. Reducing the dependence of economic growth on the amount of resources consumed.

5. "Industrial policy aimed at globalization". Improving the business environment, primarily for small and medium-sized businesses. Developing a strong and sustainable industrial base for widespread globalization.

6. "European policy against poverty". Reducing the level of poverty in the EU by expanding cooperation throughout the European Union. Through economic development and increased employment, reduce the level of poverty throughout the European Union.

The main activities outlined above are priorities for both the EU as a whole and for the member States. The EU's political, economic and social instruments, including the European market, financial mechanisms, and foreign policy instruments, are used to remove obstacles to achieving the strategic goals of Europe 2020.

Strengthening the EU's economic governance involves addressing the pan-European challenges in the areas outlined above and helping member States develop

their development strategies. This informative help implies the development of uniform guidelines for each activity, preparation of recommendations to member states, interventions at the state members in the absence of an adequate response to emerging in one country or another EU situation reports on the implementation of the strategy "Europe 2020" and the efficiency standards of a "Pact on stability and growth".

### **Participants and implementation mechanisms. The European semester.**

The EU Council is the Central link in the implementation of the "Europe 2020" strategy. The European Commission is responsible for monitoring progress towards the goals, coordinating the policies of the member States, and preparing and making the necessary proposals for managing the processes for solving the first tasks. The European Parliament is the driving force of the strategy, acting as a legislator in the implementation of priority areas of activity and as a unifying force for society on policy issues. This approach, based on the cooperation of EU authorities, applies to committees, national parliaments, national, regional and local authorities, all stakeholders and civil society as a whole. Thus, the implementation of the strategy involves a variety of government, public and business institutions of the European Union.

The implementation of these directions in the EU is organized in an annual cycle, which is divided into two parts, known as the European semester and the national semester.

The European semester provides the European Commission with an analysis of financial and structural reforms in the economy of each member state, providing recommendations and monitoring their implementation, including monitoring the compliance of national programs with the jointly agreed European policy.

The annual cycle begins in November with the "Autumn economic Forecast" stage, in which the European Commission publishes an annual report (Annual Growth Survey – AGS) and a report on possible threats and risks (Alert Mechanism Report – AMR). These documents are being discussed by Finance Ministers and the European Parliament as draft budget plans. The AGS defines development priorities for the coming year, including economic and fiscal policies, and reveals the need for certain reforms to ensure stabilization and growth. The AMR determines the composition of countries for which additional measures to address imbalances are critical.

In December, after bilateral negotiations with the European Commission, member States adopt their budgets.

The next stage of the cycle – the " Winter economic Forecast " - provides for the current work of the European Commission in the EU countries, the adoption by national Ministers of the conclusion on AGS and AMR, the development of the EU leadership plan for coordinating activities within these documents (January). The stage ends in February with reports from the European Commission on each country, focusing on ongoing reforms and imbalances. Each EU member state, in turn, submits reports analyzing the economic situation and policies and assessing whether there are critical imbalances in countries that are causing concern and have been the subject of in-depth attention by the European Commission.

The third stage of the cycle – the " Spring economic Forecast " - begins in March with the establishment by the EU leadership of priorities based on AGS, a broad dialogue and discussion on these priorities. The spring stage ends with the recommendations of the European Commission to member States on the implementation of fiscal, economic and social policies (country specific recommendations – CSRs). These recommendations are considered by the European Parliament for each country and contain proposals for measures to accelerate growth, create jobs, train and educate, research and innovation.

In April, member States are required to submit their national reform programs (on economic policy), including financial plans for the next three years, and stabilization programs or (for countries outside the Euro area) – convergence programs.

Both programs should be fully integrated within the European semester and the national budget procedure introduced to improve policy coordination across the EU. In the EU member States themselves, regional/local authorities, social partners and other stakeholders should also be involved in the preparation of these programmes in order to ensure broad support for the implementation of national strategies.

The analysis of financial plans within the framework of the European semester should serve as a basis for developing measures to prevent the occurrence or aggravation of financial difficulties.

National reform programs are presented simultaneously with stabilization/convergence programs and contain elements necessary for monitoring the

compliance of national goals of EU countries with the goals of the "Europe 2020" strategy.

Euro zone States develop practical measures in "stabilization programs", and States that maintain their currency-in "convergence programs", which provide more detailed information about their monetary policy. A program of stabilization/convergence are presented before the state determines the budgets of their countries for next year. The content of the programs should provide a field for discussion on the topic of public finance and fiscal policy.

All these documents are used by the European Commission and Finance Ministers to assess whether member States are on track to achieve their medium-Term budgetary Objectives (MTOs). The object of analysis is the balance of income and expenses and the correspondence of expenses to the standard (expenditure benchmark). The spending benchmark is a rule that sets the growth rate of government spending over the medium term, linked to the country's economic growth rate. The growth of the former should be accompanied by additional measures on the revenue side. Guidelines for the content and format of programs are presented in the form of a code of conduct [3]. Program stabilization and convergence programs contain information for the last reporting year, information for the current year and for the next three years, including:

- defining a medium-Term objective (MTO) for each member state. Member States should forecast debt as a percentage of GDP;
- key economic parameters of economic growth, employment, inflation and other important economic variables;
- description and evaluation of policy measures to achieve the goals of the program;
- analysis of the impact of changes in the main economic parameters on the budget and debt positions;
- explanation of the reasons for non-fulfillment of certain tasks.

The stabilization programs of the Eurozone member States should be based on macroeconomic forecasts made or approved by independent bodies. These forecasts are compared with those of the European Commission and, where appropriate, with those of other independent bodies. Any significant differences between the scenarios adopted by the participating governments and the forecasts of the European Commission should be explained.

A key requirement of the country programme of stabilization and convergence should be based on reliable financial scenarios. As part of the EU's annual economic management cycle, the European Commission evaluates programs annually before and after their implementation. This allows you to identify and discuss possible risks and cases of non-compliance with the recommended parameters. The conclusions of the European Commission may ultimately serve as the basis for sanctions.

In the Pact, the period from June to October is not allocated as an independent stage of the cycle. Let's call it "summer": in June – July, national Ministers discuss CSRs, the EU leadership approves them, and the European Council (European Council) approves these recommendations (August – September). This stage of the cycle ends in October, when the Euro zone States submit their draft budget plans, and other EU members submit their draft economic partnership programs, which together constitute the economic Partnership program (EPP). The European Commission checks whether the plans are consistent with the fiscal and macroeconomic obligations of the EU member state. The European semester ends with the adoption of the European Parliament resolution on EPP.

The annual life cycle of strategic planning in the EU is maintained. So, in 2015 The "European semester 2015" started in November 2014 with an analytical report (the Annual Growth Survey), which defined the growth strategy and three main areas of work of the new European Commission: increase investment, accelerate structural reforms, and implement responsible "growth-friendly" fiscal policies [4]. In February, the European Commission published a series of country reports analyzing the economic policies of member States, which are summarized in the final communique. The reports include an in-depth analysis of the state of the economies of 16 countries experiencing macro-economic imbalances (as of November 2014). In May 2015, the European Commission published recommendations specifically for each member state, along with General recommendations on how to strengthen and support the restoration of stability, and an assessment of how the work within the European semester is being performed. The recommendations are based on country reports submitted in February. The recommendations contain a thorough assessment of each member state's plans to achieve the goal of sustainable public finances (in stability/convergence programmes), policies to increase jobs and growth (in national reform programmes), and the results of a dialogue with member States and other stakeholders. The European Commission

has also published reports related to procedures for dealing with excessive budget deficits in member States.

### ***Methodological support***

National strategic documents are formed and adopted during the period coinciding with the final stage of the development of the "Europe 2020" strategy. In order to give the plans and programs of the EU member States a focus on strengthening financial systems and coordinating fiscal policies, the EU developed and put into effect on January 1, 1999 a set of methodological documents United by the common name "Stability And Growth Pact" (the Stability and Growth Pact–SGP)[5]. Some of the recommendations of this Pact are aimed at preventing potentially dangerous developments in the course of implementing fiscal policy, while others are aimed at correcting excessive budget deficits or debt loads. This "Pact" was substantially revised in 2005 and 2011 and is now a framework document consisting of two sections. The first section contains General requirements for ensuring macroeconomic stability in the EU and the stability of public financial systems. The second is recommendations on the content, structure and format of national stabilization and convergence programs.

The crisis phenomena of recent years in the world economy have required additional development of methodological support for strategic planning and management in the EU. Its goal is to strengthen the link between structural reforms, investment and fiscal policies, and support the dynamics of job creation and economic growth.

The EU in January 2015 adopted three new documents that are designed to address these issues without reworking the basic "Package". The main one is recommendations (Making the best use of the flexibility within the existing rules of the Stability and Growth Pact – BUF) on the best ways to make strategic documents flexible within the existing SGP rules. Another document is the recommendations of the European Commission to support structural reforms and investment (Guidance to encourage structural reforms and investment – GSRI) and the third – answers to the most Frequently Asked Questions (FAQ).

Of greatest practical interest is the first document issued in the form of a joint communique of the Commission of the European Parliament, the Council of the EU, the European Central Bank, the Economic and Social Committee, The Committee of the regions and the European investment Bank. It notes that in its Annual growth survey (2015 Annual Growth Survey-AGS) The European Commission has identified

investment, structural reforms and fiscal responsibility as key elements of an economic strategy and policy to create jobs and ensure economic growth. At the same time, the Investment plan was presented (approved by the European Council in December 2014). the Review stated that in order to strengthen the link between investment, structural reforms and fiscal responsibility, new EU guidelines will be issued to ensure flexibility in planning decisions, which are embedded in the "Pact", but do not involve revision or changes to the norms of this document. The application of the "Pact" is based on the principle of equality of all EU member States. The "Pact" as a system of rules and regulations forms a framework of conditions shared by all EU members. At the same time, the European Commission proposes rules, and the European Council makes decisions.

Measures that provide flexibility are divided into preventive and corrective measures. Preventive measures are designed to ensure a firm budget position in all EU member States, the meaning of which is to achieve a firm budget position for each state, the so-called Medium – Term Budgetary Objectives (MTOs), which is calculated taking into account a number of agreed principles. The content and logic of such measures is to achieve and maintain budget positions that would ensure automatic stabilization of the situation and counteract the manifestation of possible economic shocks. These measures should also reduce the debt burden on the budget to a reasonable level and take into account the demographic specifics of each country and the budgetary cost of population aging. Corrective measures – measures aimed at correcting situations where the budget deficit or the amount of public debt exceeds the values set by the EU. In these cases, member States are exposed to the EU through a special procedure (Excessive Deficit Procedure-EDP), which involves stricter requirements for the country and additional monitoring.

The application of the BUF recommendations is the responsibility of the European Commission and does not require changes to the entire package of the "Pact" and EU legislation. It covers three areas of activity: first, investment, especially the formation of the new European Fund for Strategic Investments as an instrument of the Investment plan for Europe; and second, structural reforms; third, the cyclical conditions of development.

The BUF recommendations are evaluated in the EU as a contribution to creating a growth-friendly financial environment in the Euro area, as part of the European Commission's efforts to improve efficiency and deepen understanding of the

rather complex EU rules that the Commission is responsible for implementing. Transparency and predictability are defined as necessary conditions for their application by all participants in the process.

The recommendations of the European Commission on support for structural reforms and investment (GSRI) provide an explanation of how the rules of the stability and growth Pact will be applied in terms of promoting structural reforms, promoting investment in the context of the new European strategic investment Fund (EFSI), and accounting for the economic cycle in individual member States.

The Bulletin of the European Commission " Answers to the most frequently Asked questions (FAQ) carries not only information and reference, but also a methodological load. It explains the place and features of applying the new EU methodological documents, the objects and methods of monitoring the financial condition of member States, the conditions for co-financing investment projects and the application of measures to adjust and stabilize national budgets.

#### References:

1. George, Justine. Growth and Development. Inclusive Growth: What went wrong with Development?, MPRA 33182, 2011.
2. Eurostat. Demographic balance and crude rates [demo\_gind] (Last update 15.01.2014)  
<<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/population/data/database>>.
3. Specifications on the implementation of the Stability and Growth Pact and Guidelines on the format and content of Stability and Convergence Programmes  
<[http://ec.europa.eu/economy\\_finance/economic\\_governance/sgp/pdf/coc/code\\_of\\_conduct\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/economy_finance/economic_governance/sgp/pdf/coc/code_of_conduct_en.pdf)>.
4. Европейский семестр 2015 <[http://ec.europa.eu/europe2020/making-it-happen/countryspecific-recommendations/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europe2020/making-it-happen/countryspecific-recommendations/index_en.htm)>.
5. <[http://ec.europa.eu/economy\\_finance/economic\\_governance/sgp/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/economy_finance/economic_governance/sgp/index_en.htm)>.

**Кеншебаева Дж. Б.**

[Dzamilia\\_1997@mail.ru](mailto:Dzamilia_1997@mail.ru)

*Студентка экономического факультета КазАту им. С. Сейфуллина,*

**Научный руководитель: Абдыкерова Гизат Жанарбековна**

*Нур-Султан, Казахстан*

## **ПОВЫШЕНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО ТРАНСПОРТА**

**Аннотация:** Статья посвящена вопросам о внутреннем контроле как одна из функций управления деятельности АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП». Особое внимание обращается на задачи проведения внутреннего контроля и аудита деятельности АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП». Также рассматриваются основные направления видов проверок на предприятии и рассказывается о транспорте деятельности АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП».

**Ключевые слова:** Внутренний контроль, внутренний аудит, транспор, железнодорожный комплекс, задачи, проверка.

Внутренний контроль как одна из функций управления представляет собой систему мониторинга процесса функционирования управляемого объекта с целью оценки обоснованность и эффективность принятых управленческих решений и корректировки действий. В статье указана значимость внутреннего контроля и аудита в деятельности АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП», которую трудно недооценить. Благодаря внутреннему контролю и аудиту обеспечиваются операционная эффективность и финансовая устойчивость, осуществляется трансформация финансовой архитектуры и выход на международные финансовые рынки, увеличивается рост рыночной стоимости, повышается приток инвестиций. Согласно казахстанскому законодательству в хозяйственной деятельности организации должна быть создана система внутреннего контроля. Рассмотрен механизм проведения внутреннего контроля и аудита в АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП», представлены этапы организации контрольно-аудиторской деятельности.

Железнодорожный комплекс имеет особое стратегическое значение для Казахстана. Он является связующим звеном единой экономической системы, обеспечивает стабильную деятельность промышленных предприятий, своевременный подвоз жизненно важных грузов в самые отдаленные уголки страны, а также является самым доступным транспортом для миллионов граждан.

Внутренний контроль как одна из функций управления представляет собой систему мониторинга процесса функционирования управляемого объекта с целью оценки обоснованность и эффективность принятых управленческих решений и корректировки действий. В статье указана значимость внутреннего контроля и аудита в деятельности АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП», которую трудно недооценить. Благодаря внутреннему контролю и аудиту обеспечиваются операционная эффективность и финансовая устойчивость, осуществляется трансформация финансовой архитектуры и выход на международные финансовые рынки, увеличивается рост рыночной стоимости, повышается приток инвестиций.

#### Основные задачи проведения внутреннего контроля и аудита

1) осуществление внутреннего аудита и контроля финансово-хозяйственной деятельности подразделений организации АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП».

2) выявление нарушений и недостатков в финансово-хозяйственной деятельности подразделений и подготовка предложений по их устранению и предотвращению.

3) осуществление контроля за своевременным и полным устранением выявленных нарушений и недостатков в финансово-хозяйственной деятельности подразделений в порядке, установленном АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП».

4) выявление финансовых и хозяйственных резервов, подготовка предложений по их реализации, укреплению финансового положения АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП», предупреждению финансовых и налоговых рисков и потерь.

5) своевременное обеспечение руководства АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП», достоверной информацией по вопросам финансово-хозяйственной деятельности для принятия соответствующих решений.

### Основные направления и виды проверок

1) проведения внутреннего аудита и проверок полноты и своевременности поступления доходов от перевозок и других видов деятельности подразделений.

2) проверки соблюдения законов и иных нормативных правовых актов Республики Казахстан, а также внутренних документов АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП».

3) проверки соблюдения подразделениями экономических интересов АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП».

4) оценки эффективности механизмов внутреннего аудита и контроля в подразделениях;

5) проверки сохранности, целевого и эффективного использования собственных активов и заемных средств АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП».

Для обеспечения эффективного контроля необходимо соблюдать принцип системности и периодичности проведения внутреннего контроля и аудита за порядком осуществления всех фактов хозяйственной жизни АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП».

Внутренний контроль позволяет оперативно выявлять, предотвращать и ограничивать финансовые и операционные риски, а также возможные нарушения и злоупотребления со стороны должностных лиц.

При проведении контроля важно использовать правильные методы контроля -совокупность обоснованных и апробированных способов проверки, оценки и анализа состояния конкретных элементов объекта контроля. Поскольку задачи внутреннего контроля отличаются разнообразием и многоплановостью, необходимо применять различные методы, основанные на практическом опыте, на знании бухгалтерского учета и финансов, на анализе хозяйственной деятельности.

Важным условием реализации внутреннего контроля выступают финансовая информация бухгалтерской, статистической и оперативной отчетности, а также обобщенные финансовые показатели, комплексно отражающие различные стороны хозяйственной деятельности.

### Транспорт

Успешность организации внутреннего контроля во многом зависит от уровня профессиональной подготовки кадров, обеспечивающих реализацию поставленных задач .

Отсутствие квалифицированных кадров в области внутреннего контроля и аудита как по казахстанским, так и по международным стандартам является проблемой. Высокие требования необходимо предъявлять к кафедрам учета и аудита. Основная трудность, с которой приходится сталкиваться при трудоустройстве выпускника вуза, - отсутствие практического опыта. Кафедрам университетов необходимо более активно взаимодействовать с предприятиями для повышения практических навыков выпускников.

Качество системы внутреннего контроля и аудита напрямую зависит от стандартизации и регламентации контрольно-аудиторской деятельности компании.

Планирование и подготовка проверки (ревизии) финансово-хозяйственной деятельности:

Проведение проверки (ревизии)

Оформление результатов проверки (ревизии)

Рассмотрение и подписание материалов проверки (ревизии)

Реализация материалов проверки (ревизии)

Внутренний контроль и аудит позволяет оперативно выявлять, предотвращать и ограничивать финансовые и операционные риски, а также возможные нарушения и злоупотребления со стороны должностных лиц.

При проведении контроля важно использовать правильные методы контроля -совокупность обоснованных и апробированных способов проверки, оценки и анализа состояния конкретных элементов объекта контроля. Поскольку задачи внутреннего контроля отличаются разнообразием и многоплановостью, необходимо применять различные методы, основанные на практическом опыте, на знании бухгалтерского учета и финансов, на анализе хозяйственной деятельности.

Важным условием реализации внутреннего контроля и аудита выступают финансовая информация бухгалтерской, статистической и оперативной отчетности, а также обобщенные финансовые показатели, комплексно отражающие различные стороны хозяйственной деятельности.

Успешность организации внутреннего контроля во многом зависит от уровня профессиональной подготовки кадров, обеспечивающих реализацию поставленных задач.

Отсутствие квалифицированных кадров в области внутреннего контроля и аудита как по казахстанским, так и по международным стандартам является

проблемой. Высокие требования необходимо предъявлять к кафедрам учета и аудита.

Ключевой задачей очередного этапа реформирования железнодорожного транспорта является выделение из состава АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП» специализированных компаний по функциональным направлениям и видам деятельности (бизнес-единиц). При этом, немалое внимание должно быть уделено определению принципов обеспечения прозрачности финансово-хозяйственной деятельности всех участников рынка железнодорожных перевозок.

Методы внутреннего аудита и контроля в АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП» основаны на ведущих мировых практиках и международных стандартах деятельности, что позволяет своевременно выявлять системные недостатки, вырабатывать соответствующие рекомендации по сокращению издержек, снижению потерь доходов и повышению эффективности управления компанией.

Таким образом, в процессе внутреннего контроля в АО «КТЖ – Грузовые перевозки»-«Костанайское отделение ГП» оценивается обоснованность и эффективность принятых управленческих решений, выявляются допущенные отклонения от требований управленческих решений, от принятых принципов организации и регулирования, причины этих отклонений, а также определяются пути преодоления имеющихся препятствий для эффективного функционирования всей системы.

#### **Список использованных источников:**

1. А.Д. Левин - История железнодорожного транспорта – изд. Мерей 2007 г. Астана 207 с.
2. К. А. Меладзе – Основы аудита, самоучитель г. Уральск – 2015 г. – 97 с.
3. О. Крышкин – Настольная книга по внутреннему контролю на предприятиях - Альпина паблишер г. Москва – 48 с.
4. А.С. Сембаева – Управление Эксплуатационной работой на железнодорожном транспорте г. Москва, Феникс 2017 г. – 407 с
5. Шамутило И. С., Исакова М. А. – Аудит и его теория, учебное пособие, г.Тараз – 2009 г. – 178 с.

**К.е.н. Булкот Г.В., магістр Луговець Б.В.**

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Україна*

## **ПОДАТКОВИЙ АУДИТ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Інформаційні технології (англійська аббревіатура - ІТ, а повністю – «information technologies») - сукупність галузей діяльності людини, а також навчальних дисциплін, що мають відношення до процесів створення, зберігання, обробки даних, а також управління ними з використанням комп'ютерів (і інших видів обчислювальної техніки).

ІТ - дуже молода сфера діяльності. Сьогодні, звичайно, ІТ-фахівці з нашої країни стрімко скорочують відставання від зарубіжних колег. Починають цікавитися інформаційними технологіями і пересічні громадяни.

ІТ-сфера - що це - наука чи прикладна діяльність? Є думка, що і те, і інше. Підкріплено воно може бути, наприклад, авторитетом великих міжнародних організацій. Є, зокрема, два популярних визначення сутності ІТ від Організації Об'єднаних Націй з питань освіти, науки і культури (далі – ЮНЕСКО).

Згідно з першим, інформаційні технології - це сукупність дисциплін (несучих характер технологічних, наукових або інженерних досліджень), які вивчають способи організації діяльності людей, що здійснюють обробку і зберігання даних.

Друге визначення, яке дають експерти ЮНЕСКО, звучить так. ІТ - це обчислювальна техніка, а також методи її взаємодії з людьми і промисловим обладнанням, її прикладні програми, а також мають відношення до її роботи аспекти соціально-економічного та культурного розвитку людей [1].

Підприємства-представники даної індустрії дуже часто звертаються до аудиторів з метою підтвердження власної звітності. Це робиться як для того, щоб перевірити власну бухгалтерію та не мати проблем із податковим законодавством, так і для стимулювання інвесторів (у тому числі іноземних) до

співпраці. Як же відбувається така процедура? Які податки зазвичай просять перевірити такі компанії?

Податковий аудит за своєю процедурою нічим не відрізняється від звичайного аудиту. Так, все починається з підписання договору про надання аудиторських послуг, в якому чітко визначається обсяг робіт та плата за них. Такий договір має назву «Лист зобов'язання». Далі підприємство-замовник заповнює для аудиторів анкету нового клієнта. Наступним етапом є складання загальної стратегії аудиту, плану аудиту та визначення нормативно-правового забезпечення, яким будуть керуватися аудитори в процесі своєї роботи та яким керувалося підприємство - замовник в процесі своєї господарської діяльності. Після цього аудитори визначають методологію майбутнього аудиту та запитують лист запевнення від керівництва замовника перевірки. Далі відбувається тестування наданих підприємством-замовником даних бухгалтерського та податкового обліку і розрахунків потенційних ризиків підприємства. За результатами попереднього етапу та власного професійного судження аудитори формують свою думку та готують звіт аудитора, який є завершальним етапом аудиторської перевірки [2].

Які ж основні податки стосуються сфери ІТ? Зазвичай, аудитори перевіряють податок на прибуток, податок на додану вартість, податок на репатріацію та відстрочений податок.

Сфера інформаційних технологій безумовно є однією з рушійних силою сучасного суспільства, оскільки продуктами діяльності ІТ підприємств ми користуємось щодня. Саме тому інвестиції в подібні підприємства стають все більш популярними. Для забезпечення збереження інвестицій, інвестори перед вкладенням звертають увагу на показники податкової звітності та можливі податкові борги. З цією метою підприємства замовляють аудит податкової звітності, що є вкрай важливим заходом. Аудит податків, як і аудит фінансової звітності потребує спеціальних знань, вмінь та навичок. Аудитор має мати відповідну сертифікацію на державному або міжнародному рівнях.

Таким чином, ефективність обліку і контролю податкових надходжень значною мірою залежить від оперативності опрацювання значної кількості, насамперед звітної, інформації, що надходить від платників податків. Одним із шляхів вирішення даного питання є прийом звітності засобами електронної пошти та іншими видами телекомунікаційного зв'язку. Це підвищить

оперативність управління податковими взаємовідносинами у регіоні та сприятиме активізації своєчасності сплати податків. Застосування інформаційних технологій у податковому аудиті підвищить ефективність податкового контролю за наповненням бюджетів усіх рівнів, що в свою чергу дозволить забезпечити підйом нашої економіки і рівень життя. Отже, узагальнюючи все вищевикладене, можна зробити висновок, що знання особливостей податкового обліку, поєднані з досвідом та професійною думкою аудитора, створюють для підприємства позитивний імідж, а для інвестора – впевненість у завтрашньому дні.

### Література:

1. Швець М. IT-сфера - що це за сфера діяльності? URL: <https://itstatti.in.ua/internet-marketing/170-it-sfera-shcho-tse-za-sfera-diyalnosti.html> (дата звернення: 06.05.2020).
2. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність : Закон України від 21.12.2017 р. № 2258-VIII. Дата оновлення: 20.03.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19> (дата звернення: 06.05.2020).

**К.е.н. Булкот Г.В., магістр Нечай І.О.**

*ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», Україна*

## **ДЕРЖАВНИЙ ФІНАНСОВИЙ АУДИТ В БЮДЖЕТНИХ УСТАНОВАХ**

Актуальність теми дослідження викликана тим, що в сучасних умовах розвитку все більше наголошується на необхідності оцінки ефективності та результативності управління державними ресурсами. Мова йде про модернізацію контролю, який би мав спрямованість на проведення глибокого аналізу та оцінки системи державного управління в різних сферах з точки ефективності, результативності, а не тільки встановлення законності операцій та цільового використання коштів, як це традиційно прийнято під час інспектування. Тим більше, що без ефективної системи контролю в системі державного управління неможлива побудова високорозвиненої, демократичної держави. Державний фінансовий аудит діяльності бюджетних установ – це форма державного фінансового контролю, яка спрямована на запобігання фінансових порушень та забезпечення достовірності фінансової звітності. Основним завданням державного фінансового аудиту бюджетних установ є сприяння бюджетній установі у забезпеченні правильності ведення бухгалтерського обліку, законності використання бюджетних коштів, державного і комунального майна, складанні достовірної фінансової звітності та організації дієвого внутрішнього фінансового контролю. Державний фінансовий аудит в бюджетних установах включає: проведення протягом року моніторингу фінансової звітності бюджетної установи, у тому числі з використанням баз даних Державного казначейства; проведення у разі виявлення за результатами моніторингу фінансової звітності бюджетної установи ризикових операцій перевірки використання бюджетних коштів, державного і комунального майна, правильності ведення бухгалтерського обліку, складання достовірності фінансової звітності; дослідження системи внутрішнього фінансового контролю, зокрема якості його організації; підготовку керівництву бюджетної установи пропозицій щодо усунення виявлених недоліків і порушень за результатами

моніторингу й фінансової звітності та/або перевірки; надання висновку про рівень достовірності фінансової звітності бюджетної установи, ступінь дотримання її посадовими особами законодавства з фінансових питань та повноту врахування пропозицій у ході фінансово-господарського аудиту.

Також визначено основні проблеми розвитку державного фінансового аудиту в Україні такі як: недостатня кількість методичних розробок з аудиторських перевірок; брак достатнього досвіду аудиторської діяльності; недостатню кількість кваліфікованих аудиторських кадрів; відсутність типових форм документів з аудиту; порушення незалежності внутрішнього аудиту, тому запропоновано закріпити низку додаткових контрольних та аудиторських функцій, як аудиторами так і за Рахунковою палатою [1].

Таким чином, проведення державний фінансовий аудит, який має один об'єкт - місцевий бюджет, призводить до дублювання контрольних заходів. З метою вдосконалення організації державного фінансового аудиту необхідно усунути недоліки нормативно-правової бази та привести вітчизняну практику у відповідність до міжнародних стандартів аудиту (INTOSAI). Зазначимо, що дані стандарти у складі фінансового аудиту виокремлюють перевірку правильності або відповідності та аудит ефективності. Тобто, державний фінансовий аудит бюджетних програм та державний фінансовий аудит виконання місцевих бюджетів - це аудит ефективності, а державний фінансовий аудит суб'єктів господарювання та державний фінансовий аудит бюджетних установ - це фінансовий аудит.

Таким чином, державний фінансовий аудит - вже став одним із пріоритетних напрямів діяльності органів Офісу фінансового контролю [3] та Рахункової палати України [2]. Тому для того, щоб державний аудит в Україні розвивався більш ефективно, необхідно: розробити теоретичні та практичні засади впровадження та функціонування державного аудиту; вивчити та адаптувати зарубіжний досвід становлення системи незалежного публічного контролю; визначити організаційні питання державного аудиту в одному законодавчому акті, що забезпечить безперешкодне здійснення контрольних заходів, визначити в ньому органи контролю та відповідальність суб'єктів господарювання за його недотримання; у засобах масової інформації провести ознайомлення з сутністю поняття «державний аудит», перевагами його проведення та чітким виділенням різниці між даною формою контролю та

перевіркою або ревізією з боку державних органів, які проводяться з метою виявлення порушень та притягнення винних до відповідальності.

Отже, дослідження державного фінансового аудиту в бюджетних установах є актуальним, тому узагальнення результатів дає змогу визначити діяльність відповідних служб, спрямованих на проведення перевірок і здійснення оцінювання фінансової та господарської діяльності установ, дотримання законів, нормативних актів, аналіз повноти і своєчасності фінансової й іншої звітності в бюджетних установах.

### Література:

1. Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність : Закон України від 21.12.2017 р. № 2258-VIII. Дата оновлення: 20.03.2020. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2258-19> (дата звернення: 06.05.2020).
2. Про Рахункову палату : Закон України від 06.12.2016 р. № 1774-VIII. Дата оновлення: 20.03.2020. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/576-19> (дата звернення: 06.05.2020).
3. Положення про Офіс фінансового контролю : Постанова Кабінету міністрів України від 19.02.2020 р. URL <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/184-2020-%D0%BF> (дата звернення: 06.05.2020).

## CONTENTS

### ІКОНОМІКИ

#### Ікономіката на підприємстві

|                                                                                                                                                 |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Ниязова Д.П.</b> ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫХ КОМПАНИЙ НА ПРИМЕРЕ АО «КАЗАХТЕЛЕКОМ» .....    | 3  |
| <b>Кабаченко Д.В., Сипало В.В.</b> СПЕЦИФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ ..... | 11 |

#### Аграрна економіка

|                                                                                                                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Малашевський М. А., Малашевська О. А.</b> КОНСОЛІДАЦІЯ ЗЕМЕЛЬНИХ ДІЛЯНОК В УМОВАХ ВПРОВАДЖЕННЯ РИНКУ ЗЕМЕЛЬ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПРИЗНАЧЕННЯ В УКРАЇНІ ..... | 17 |
| <b>Nurgazina Zh.</b> MODERN CONDITION OF AGRICULTURAL INDUSTRY COMMONWEALTH OF KAZAKHSTAN .....                                                                   | 20 |
| <b>Соляник Л. Г., Гудим М. О.</b> УПРАВЛІННЯ РЕНТАБЕЛЬНІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ .....                                                               | 28 |

#### Регіональна економіка

|                                                                                                                       |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Білогур С. Ю.</b> ДОСЛІДЖЕННЯ ЧИННИКІВ КЛАСТЕРІЗАЦІЇ ЯК ОСНОВА ДЛЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ..... | 31 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|

#### Външноікономическата дейност

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Залесский Б.Л.</b> ЦЕЛЬ – СТАБИЛЬНОЕ УВЕЛИЧЕНИЕ ЭКСПОРТА ..... | 36 |
|-------------------------------------------------------------------|----|

#### Фінансові відносини

|                                                                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Бассова О.О., Коган К.В.</b> ТРАНСПОРТНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ: СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ .....               | 40 |
| <b>Рошило В.І.</b> ЕВОЛЮЦІЯ НАУКОВИХ ПОГЛЯДІВ ЩОДО ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ТА ЗНАЧЕННЯ АМОРТИЗАЦІЇ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ ..... | 43 |

#### Маркетинг и управление

|                                                                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Кусий С.В., Бєлова Т.Г.</b> ОСНОВНІ ФУНКЦІЇ УПРАВЛІННЯ ЗБУТОВОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ .....                                | 46 |
| <b>Утеев Б.Ж., Уртембаева З.</b> ӘЛЕУМЕТТІК ЖЕЛІЛЕР АУДИТОРИЯСЫНЫҢ ТҰТЫНУШЫЛЫҚ МІНЕЗ - ҚҰЛҚЫНЫҢ ЕРЕКШЕЛІКТЕРІ..... | 49 |

|                                                                                                                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Бобровнича Н.С., Деньщикова О.П.. ОРГАНІЗАЦІЯ СИСТЕМИ ПРОДАЖУ<br/>ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ ОПЕРАТОРОМ ПОШТОВОГО ЗВ'ЯЗКУ В СУЧАСНИХ УМОВАХ<br/>.....</b>            | <b>55</b> |
| <b>Сурженко Н.В., Фірсова О.М. УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ<br/>ПЕРСОНАЛОМ .....</b>                                                                       | <b>58</b> |
| <b>Счетоводство и аудит</b>                                                                                                                                    |           |
| <b>Калибаев М.К. УЧЕТ ФИНАНСОВЫХ АКТИВОВ СОГЛАСНО МСФО (IFRS) 9 .....</b>                                                                                      | <b>61</b> |
| <b>Ауезова Б.А. STRATEGIC PLANNING IN THE EUROPEAN UNION .....</b>                                                                                             | <b>67</b> |
| <b>Кеншебаева Д.Б. СТАТЬЯ ПОСВЯЩЕНА ВОПРОСАМ О ВНУТРЕННЕМ КОНТРОЛЕ<br/>КАК ОДНА ИЗ ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АО «КТЖ – ГРУЗОВЫЕ<br/>ПЕРЕВОЗКИ». ....</b> | <b>76</b> |
| <b>Булкот Г.В., Луговец Б.В. ПОДАТКОВИЙ АУДИТ У СФЕРІ ІНФОРМАЦІЙНИХ<br/>ТЕХНОЛОГІЙ.....</b>                                                                    | <b>81</b> |
| <b>Булкот Г.В., Нечай І.О. ДЕРЖАВНИЙ ФІНАНСОВИЙ АУДИТ В БЮДЖЕТНИХ<br/>УСТАНОВАХ.....</b>                                                                       | <b>84</b> |
| <b>CONTENTS.....</b>                                                                                                                                           | <b>87</b> |

282617  
282709  
282313  
282635  
282637  
281927  
282716  
282153  
282715  
282585  
282648  
282658  
282664  
277924  
282221  
282580  
282711  
282712