Міністерство освіти і науки України
Національний університет біоресурсів і природокористування України
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
ЗО «Білоруська державна сільськогосподарська академія», Республіка Білорусь
ЗО «Поліський державний університет», Республіка Білорусь
Варшавський університет наук про життя, Польща
Словацький аграрний університет, Словацька Республіка
Мендель університет, Чеська Республіка
Індустріально-економічний коледж імені академіка Г.Г. Сейткасимова, Республіка Казахстан

Стратегія економічного розвитку України: теоретичні засади та механізми реалізації

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції

Частина 2

Стратегия экономического развития Украины: теоретические основы и механизмы реализации

Материалы Международной научно-практической конференции

Часть 2

The strategy of economic development: theoretical principles and mechanisms of implementation

The Materials of International Scientific Conference

Part 2

14-15 квітня 2016 року
м. Ніжин

УДК 330.34(477)
ББК 65.5
М 34

Рекомендовано до друку вченою радою
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
від 31.03.2016 р. № 8

Редакц. колегія:
В.С. Лукач (науковий редактор); С.В. Толочко (заступник відповідального редактора);
Н.Г. Царук; В.П. Прадун; О.М. Столяренко; А.В. Іванько;
В.П. Литовченко; А.І. Бережняк; Н.В. Лоханько; Г.М. Македон

Учасники конференції – науково-педагогічні працівники, наукові співробітники, аспіранти на студенти: Краківського університету економіки; Міжнародного бізнес-коледжу Хетцендор; Варшавського університету наук про життя; Мендель Університету; Казахського економічного університету ім. Т.Рискулова; Академії управління при Президентові Республіки Білорусь; ЗО «Поліський державний університет»; ЗО «Білоруська державна сільськогосподарська академія»; Білоруського державного економічного університету; Національного дослідницького Томського політехнічного університету; Башкирського державного університету; Університету Нархоз; Індустріально-економічного коледжу імені академіка Г.С.Сейткасимова; Національного університету біоресурсів і природокористування України; Національного університету «Львівська політехніка»; Київського національного економічного університету ім. Вадима Гетьмана; Національного авіаційного університету; Національної академії державного управління при Президентові України; Дніпропетровського національного університету імені Олеся Гончара; Сумського державного університету; Харківського державного університету харчування та торгівлі; Херсонського інституту Міжрегіональної Академії управління персоналом; Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ; Одеського державного аграрного університету; Житомирського національного агроекологічного університету; ННЦ «Інститут аграрної економіки»; Прикарпатського інституту ім. М. Грушевського МАУП; Черкаського національного університету імені Б. Хмельницького; Тернопільського національного технічного університету імені Івана Пулюя; Чернігівського національного технологічного університету; Вінницького технічного коледжу; Херсонського державного аграрного університету; Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля; Запорізького національного університету; Черкаського державного технологічного університету; Одеського національного політехнічного університету; Національного авіаційного університету; Мукачівського державного університету; Університету митної справи та фінансів; ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут» та ін.

М 34 **Стратегія** економічного розвитку України: теоретичні засади та механізми реалізації : у 3-х ч. – Ч.2. / Зб. наук. праць / наук.ред. В.С. Лукач. – Ніжин: Видавець ПП Лисенко М.М., 2016. – 418 с.
ISBN 978-617-640-255-8

У збірнику надруковоні доповіді учасників Міжнарожної науково-практичної конференції ***«Стратегія економічного розвитку України: теоретичні засади та механізми реалізації»****, висвітлено результати наукових досліджень, проведених науково-педагогічними працівниками, науковими співробітниками, пспіратнтами та студентами.*

Тексти тез друкуються в авторській редакції. Відповідальність за інформацію, подану в науковому дослідженні, несуть автори статей.

© ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
© автори статей
© Видавець ПП Лисенко М.М., 2016

ISBN 978-617-640-255-8

НАПРЯМ 2

Економіка і управління підприємствами, галуззю та регіоном

Oleh Ozharovskyi
PhD student
Cracow University of economics
Cracow
Poland

BENEFITS AND COST OF INTEGRATION OF EUROPEAN ENERGY MARKET

During last decade many scientists have addressed the issue of energy integration in European Union (EU) and with the arising of financial and political crisis, new elaborated research of these problems need to be conducted immediately to mitigate and prevent the bad effects of destructive force in the future and to provide a better understanding of the benefits coming from more integrated European energy market. In my opinion, though many books and publications on these problems have been issued, there are still more quality works in this area of study which need to be done in order to produce knowledge that is applicable outside of the research setting. And I am sure the results of my study will have implications for policy and project implementation.

The processes of liberalisation and integration of a European single energy market have still much work to be done. They began back in mid-1990s, however the EU energy sector remains very concentrated, the energy trade between the member states is weak, there is a high price differentiation level and energy policy in the EU is still a national issue. The main obstacles of poor-integrated European energy market:

- technical difficulties attached to energy markets.
- the weak political support to the process of integration and modern war conflicts.
- economic barriers.

The dependence of gas and electricity on a network and the problems in storing them leads to a market fragmentation. The technical difficulties of operating networks and managing markets restrains the expansion of markets. The heterogeneity of market standards and designs as well as the bad coordination of system operators create barriers to trade of energy between the member countries. The political and economic aspects have very large effect on the integration of European energy market. The promotion of cheap domestic sources of energy, the protection of national champions and bilateral pacts in order to guarantee national supply and the domestic scope of some climate change policies contribute to the disintegration of the EU energy market. The energy mix is strongly different from state to state which come from different policy objectives and threats.

In thesis we also indicate the benefits of further integration of EU energy market. For making this we will analyse the cost of isolated state energy markets in Europe. The key reason for separated markets overall are obstacles to entry, which basically materializes in poor cross-border interconnections. We will point to institutional differences between member states (or some groups of states), especially in the areas of, regulation, competition and market design.

Some of the benefits of energy market integration have already been yielded, the integration model of liberalisation, relying mainly on market aspects, has hit its limits; because the market itself does not bring the specific result that the EU sees in emission reduction, government intervention in the market has increased. Much of this intervention has been at domestic level, and this has resulted in a certain renationalisation of the energy market through the structures of national subsidies for renewable energy and of national schemes for conventional power to back up renewable energy. For as long as these national subsidies and schemes remain unharmonised, Europe's internal energy market will remain incomplete.

Much attention is paid to competition in European energy markets, that is even more vital than in many other branches of the economy thanks the outstanding importance of energy prices and availability for production processes, economic growth and consumer welfare in industrialized economies. Combining the domestic markets of the EU's 28 member countries together fosters cross-border competition and with help of competition, convergence on the most efficient price level. It also reduces supply risk by maximising Europe's energy diversification through tying countries' different energy mixes and their different energy suppliers. Moreover, it boosts Europe's perspective for reduction of greenhouse gases by creating an enough number of low-carbon technology and investment and bolster political impact in global climate negotiations.

According to the President of Lithuania, Dalia Grybauskaite, who spoke in the above conference; a fully integrated energy market would save tens of billions Euros a year in electricity costs. As she indicates, this would contribute to lowering consumer prices, hence it benefits the consumers. Worth mentioning here is the financing of the projects due to be executed between 2014-2020 with a general budget of 5.85 billion Euros. Provided Grybauskaite's predictions will come true, today's huge investments in the internal energy market of the EU will pay off European citizens quite quickly. Furthermore, the creation of local manufacturing facilities is undoubtedly one of the most efficient ways of reducing European dependence on external suppliers. As known, energy dependence on suppliers remains one of the major energy problems of many European countries regardless of its geographical location. Richness of energy resources remains a trump card in the hands of suppliers, often used as a foreign political tool to manipulate others. Thus, the bigger the coherence among each other in a single market – the closer the energy interests and the more coordinated the responses to energy suppliers.

The new leaders of the European Council and the European Commission setting sights on the new dimension of an 'energy union'. In the framework of this project the EU needs to continue deepening integration of the internal single energy market as its key objective. This will mean exploiting market instruments where it is possible, and allowing only slight state intervention to obtain specific goals for renewable energy, capacity backup, energy efficiency and infrastructure. A big slump of financial funds should be allocated to Central and East European countries for improvment of their

energy security and, for poorer coal-dependent states, to reduce the greenhouse gases' intensity of their energy sectors.

Literature

1. Christopoulos AG, Mylonakis J, Francis T (2008) The deregulation process of electricity and gas markets in the European Union and the influence of energy prices on inflation.

2. Eikeland OP (2008) EU internal energy market policy: new dynamics in the Brussels policy game? CANES working paper.

3. European Commission (2010b) From regional markets to a single European market, prepared by Everis and Mercados EMI.

4. European Market Coupling Company (2013). www.marketcoupling.com.

5. Haase N (2008) European gas market liberalization: are regulatory regimes moving towards convergence? Oxford Institute for Energy Studies, NG 24.

6. Sioshansi FP (2006) Electricity market reform: what have we learned? what have we gained? Electr J 19(9).

Sidniaieva Kateryna
student
Mag. **Gerlinde Weber – Haller**
International Business College Hetzendorf
Wien
Austria

ANALYSE UND VERBESSERUNG DES MARKETINGKONZEPTS SOWIE PLANUNG DES EINSTIEGS IN EINEN AUSLANDSMARKT FÜR ESTLAND

Unser Team war gleich der Meinung, dass wir über ein Unternehmen schreiben sollen, welches die Seele des Österreichs möglichst präzise spiegelt. Nach nicht allzu langen Suchen sind wir auf ein relativ junges Unternehmen gestoßen, welches aus unsere Sicht perfekt zu unserer Vorstellung über Österreich hineingepasst hat.

Ihr Produkt ist sehr an die Natur verbunden, die Gründer des Unternehmens Venuss GesbR betonen es oft auf ihre Homepage, wie sehr ist es für die wichtig, Tradition des Bearbeitungsverfahrens von ihren Vorfahren zu erhalten. Genauso erwähnungswert ist, dass die Produkte handgefertigt werden, was durchaus perspektiv ist, da der Trend zur Natürlichkeit steigt stets. Somit war die Entscheidung getroffen.

Bezüglich des Landes, in welches der Markteintritt erfolgen sollte, haben wir Estland ausgewählt. Estland trat am 1. Mai 2004 der EU bei, was dank zahlreichen Verordnungen einige Vorteile bezüglich des Außenhandels mit sich brachte. Außerdem wird die Wirtschaftslage von Experten als stabil eingestuft und laut Prognosen weiter wachsen. Nach unseren Recherchen gibt es in Estland noch nicht derartiges Produkt. Ein weiterer, wohl trauriger Grund war, dass Estland belegt den ersten Platz beim Alkoholkonsum pro Bewohner.

Somit die Entscheidung war getroffen und wie es sich später herausgestellt wurde, dass Projektarbeit hat uns allen Freude bereitet und hat eine Menge Erfahrungen und Kenntnisse mit sich gebracht.

Entstehung und Entwicklung

Das Unternehmen wird in Form einer GesbR geführt. Gesellschafter sind Erich Gruber (Handelsgewerbe, Spirituosenerzeuger eingetragen bei der Bezirkshauptmannschaft Melk) und Ing. Andreas Weidinger (Handelsgewerbe, Spirituosenerzeuger eingetragen bei der Bezirkshauptmannschaft Melk) mit jeweils 50% Gesellschaftsanteil.

Abbildung 1:Die Unternehmensgründer: Andreas Weidinger und Erich Gruber

Angebot und Preise

Das Produkt wird von Unternehmer zum 16,10 € für 700 ml und zu 9,90 € für 200 ml angeboten. Versand wird ausschließlich über den Österreichischen Post AG erfolgt, wobei Zustellgebühren werden von der Österreichischen Post AG abgefragt, übernommen und zusätzlich in Rechnung gestellt.

Distribution

Da das Unternehmen sehr jung ist, sind die Absatzmöglichkeiten noch nicht gut entwickelt. Man kann direkt «Ab-Hof» kaufen im Gastrohaus „Gruber zur Linde» auf Wiener Straße 21 3371 Neumarkt an der Ybbs, was ca. 120 km von Wien entfernt ist. Oder man hat Möglichkeit die Ware per Post zugeschickt zu haben.

Außerdem das Produkt von „Venuss» GesbR wird Online angeboten unterstützt von „My Product» OG, der Onlinehandel mit handgefertigten Qualitätsprodukten von ausgewählten Produzenten, die auf Nachhaltigkeit und Produkttransparenz achten. Einklang mit Mensch, Tier und Natur ist den Partner von großer Bedeutung(vgl.: http://www.myproduct.at/content/philosophie , 22.04.2016).

Venuss GesbR ist ein Partnerbetrieb bei „So schmeckt Niederösterreich», die eine Initiative ist, um regionale und saisonale Lebensmittel aus Niederösterreich zu fördern(vgl.: http://www.soschmecktnoe.at/venuss, 22.04.2016).

Werbung

Die Gründer legen einen großen Wert auf Regionalität und Einhaltung der traditionellen Rezeptur. Die typische Farbkombination, mit dem sowohl Logo als auch das Homepage der Venuss GesbR ausgestattet sind, sind Grün und Weiß.

Das Markenbild der „Venuss» Nusslikör ist seit 02.04.2014 im Markenregister des HABM eingetragen(der Agentur der Europäischen Union zuständig für die Schutz von Kreativität und Innovation der Gemeinschaftsmarken und des eingetragenen Geschmacksmustern)

(vgl.: http://www.tmdb.de/eu/marke/venuss,011589462.html , 22.04.2016).

Internetauftritt

Abbildung 4: Bildschirmmaske der Homepage.

Quelle: http://www.venuss.at/, 22.04.2016.

Die Webseite ist übersichtlich und professionell gestaltet und verfügt über alle notwendige Informationen und Links. Auf der Homepage des Unternehmens sind Daten über das Produkt, Preise, Kaufmöglichkeiten, als auch über die Unternehmer selbst erhältlich. Außerdem verfügt die Homepage über eine Bildergalerie mit Fotos einer Werbeagentur, was einen professionellen und seriösen Eindruck hinterlässt. Die ganze Homepage ist einheitlich und in typischen fürs Unternehmen Farben gestaltet. Mit Hilfe der Werbeagentur is t es dem Unternehmen gelungen möglichst fachgerecht auf zu treten, wobei die Individualität des Internehmens wird zielgerecht vorgehoben. Die komplette Gestaltung hinterlässt einen ernsthaften und seriösen Eindruck, da die Unternehmer haben viele finanzielle und zeitliche Investitionen geleistet.

Befragung

Wir haben einen Fragebogen gestaltet und eine Befragung von 26 bis 30 Juli 2014 in Estland durchgeführt. Befragt wurde 50 Personen. Die Ergebnisse wurden von uns ausgewertet und grafisch dargestellt.

Fragebogen

Wir haben einen Fragebogen gestaltet und auf estnische und russische Sprachen übersetzt, da es in Estland diese zwei Sprachen gesprochen wird. Um möglichst präzise Information auswerten zu können und sowohl die Meinung der estnischen Bevölkerung, als auch der russischen zu kriegen, hat unser Team beschlossen die Befragung auf zwei Sprachen durch zu führen.

Wir haben von 26 bis 30 Juli 2014 die Befragung durchgeführt. Befragt wurden 50 Personen in Estland, um es feststellen zu können, wie groß sind die Absatzmöglichkeiten und wo soll das Produkt verkauft werden.

Die Ergebnisse wurden von uns ausgewertet und in Form von Diagrammen grafisch dargestellt.

Fazit:

Es gibt umfangsreichen Angebot an Likören auf estnischen Markt, allerdings den estnischen Konsument ist ein Nusslikör unbekannt.

Unsere Zielgruppe sind die Frauen.

Es sollte ein besseres Design und Gestaltung der Flasche überlegt werden, da genau auf das achtet unsere Zielgruppe.

Da der Preis auch ein wichtiger Faktor für unseren Konsumenten ist, wäre es vorteilhaft über dem Preis mit den Produzenten zu verhandeln.

Das Produkt sollte zum größten Teil in einem Supermarket abgesetzt werden. Allerdings unser Team hat es festgestellt, dass viele Touristen verbringen ihr Urlaub in Estland und sind auch wichtigen Abnehmer auf estnischen Markt. Aus diesem Grund schlagen wir vor, den Nusslikör auch an Verkaufspunkten ab zu setzen, die oft von Touristen besucht werden, z. B. in einem Spirituosenladen im Zentrum der Stadt oder auf dem Sommer/Weihnachtsmarkt im Altstadt.

Skrzyszewska Katarzyna
Skudlarski Jacek
Warsaw University of Life Sciences – SGGW
Warsaw
Poland

THE ROLE OF CONTROLLING IN PRODUCTION MANAGEMENT

Controlling of production is defined as the direct and indirect impact on the assortment - quantity shape of the production and time course to ensure the best possible performance of the tasks of economic organization.

HJ Hoitsch defines the production controlling (Proco-System) as a process of coordination of production, which supports the management. Coordination system is based on planning, management and control. It provides the management with necessary information, protecting the coordination system in the process of production management.

Controlling of production is intended to provide information concerning the cost of the manufacturing of finished product. Production costs are needed to create a profit and loss account, and then to prepare a profit and loss statement. If there are multiple cost centers in the department of production, then controller is the coordinator of the actions of the individual production departments. It also evaluates the plans that were prepared for execution. It is believed that the main responsibility, which refers to the need to supply the market with good quality products and at a given time is the responsibility of controlling the production.

The tasks of production controlling are divided between planning, control and monitoring, and provision of information.

Controlling in production management is set to control the profit. Profit in this case is not just the business results calculated by the formula (revenue - cost), but the items of income and expenses, depending on the decisions made in the management of production are the subject of controlling.

Actions that are taken in production controlling are assigned to the appropriate targets. The breakdown of these objectives is as follows:

- Financial goals - maintaining the lowest variable costs, fixed costs at minimum;
- Time goals - short-term delivery, short course;
- Quantitative and qualitative targets - a small amount of waste, the quality standard should be at the highest level of compliance with ISO standards;
- The goals of flexibility - to be quickly found in the environment, improving the qualifications of all staff;
- Welfare - a sense of security, fair evaluation and divisions of labor;
- Environmental objectives - a small amount of use of natural resources, low load by harmful compounds.

The basic tasks of production controlling include:

- Ensuring the productivity of manufacturing systems
- Support for enterprise's investment actions
- Ensuring productive programs and implementing strategies that ensure the enterprise's competitiveness. The object of these activities are streams of objects like :processing, storage, transport, and information and control flows that are in the definition of production logistics:
- planning the production schedule
- planning the needs
- preparing a orders plan
- opening of a production order
- planning of order execution scheduling
- Production capacity Planning
- valuation of costs
- authorization to execute the order
- production
- feedback report on the execution

Organization of controlling depends primarily on the size of the enterprise. In the production enterprise the supreme power lies in the hands of a production director, who is responsible for the entire production area, and the demand for information is different than for, let's say, a master. The scope of information depends on the degree of independence of units at the different levels. The higher the level, the more options for action. The controller in this situation is to take a common goal of the enterprise. In the case of a large enterprise a team of controllers is created, in which everyone has a different task and is assigned to a specific area. Especially in the area of production centers with high self-responsibility are revealed.

Methods and instruments for controlling in the management of production

Production controlling uses multiple tools such as:

— Methods and techniques used by management accounting.

— Methods and techniques for controlling and planning (analysis of variation).

— Methods and techniques of management by objectives (establishment of centers of responsibility, non-wage and wage based motivators).

The development of information technology has been the cause of creation of many controlling support systems. These include:

1 MRP - Material Requirements Planning

2 MRP II - Manufacturing Resource Planning

3 ERP - Enterprise Resource Planning

4 MRP III - Money Resource Planning

MRP I (Material Requirements Planning) is the basic material requirements planning system, which covers only part of the operational activities control related to the flow of materials. MRP is a method of production and inventory management including production-related activities with future determining of the type and size of cell production tasks for the enterprise. In other words, it is used for streamlining the planning, by issuing purchase and production orders at an exact time so that the desired product appeared at the right time and in the required amount of. The method of MRP II (Manufacturing Resource Planning) is a natural extension of the MRP I method. This system can be regarded as a «model» of organization, which can be used not only for production planning purposes. The scope of the information held in it allows estimation of the effects of decisions on a wide variety of functional areas of financial factors, sales, marketing, and R & D.

An ERP system is a differently called MRP III Money Resource Planning. It is a system that covers all the processes of production and distribution, brings together many departments in an enterprise, improves the flow of critical information and responds quickly to changes in demand. As compared to MRP II, its new features are bi-directional tools that optimize the planning and the ability to perform electronic connections in the chain of supply and sales.

ERP II system that enables efficient control of customer contacts is a more developed form of ERP. What makes ERP II system different from others is the ability to use it via the Internet. Cooperation with the system is done through a typical web browser. ERP II includes software that allows the customer relationship management (CRM).

In the area of production controlling includes economic production control, defined as the direct and indirect impact on the shape of the assortment-quantitative structure of production, and on its course in time and space to ensure under the given circumstances the best execution of economic tasks of the organization.

Controlling is an effective tool that serves the development of the enterprise. Nowadays, the role of controlling is very important. The purpose of a controller is to ensure the performance and stability of the production process. Its activities are focused on the guarantees of products manufacturing of the highest quality. Thanks to these efforts, an enterprise can avoid a lot of irregularities.

Literature:

1. Bauer J., 2002: Produktioncontrolling mit SAP-system. Effizientes Controlling Logistik und Kostenmanagement Moderner Produktionssysteme, Braunschweig/Wiesbaden, 2002
2. Brojak-Trzaskowska M., 2010: Budzetowanie i controlling w przedsi^biorstwie, CeDeWu Sp z o.o., Warszawa
3. Januszewski A. 2008: Funkcjonalnosc informatycznych systemow zarzqdzania, PWN, Warszawa
4. Krupa M. 2003: Komputerowo zintegrowane zarzqdzania — wprowadzenie. University of Information Technology and Management, Rzeszow
5. Nesterak J., Funkcje controllingu w procesie zarzqdzania firm. Artykul dost^pny w internecie: http://webmatic.pl/controll/24.pdf (stan z 15.02.2013)

Surovcová Petra
Zezula Michal
Mendel University
Brno
Czech Republic

ECOTOURISM ON THE EXAMPLE OF ENVIRONMENTAL ACTIVITIES AT MUNICIPAL LEVEL: HOSTĚTÍN

Hostětín is a small municipal village in the eastern part of the Czech Republic, namely in eastern Moravia, few kilometres far from ecological projects engaged in the use of local resources, saving and renewable sources of energy, particularly sun and biomass energy, as well as environmentally friendly technologies maintaining its future self-sufficient and sustainable development since the middle of the 1990s.

Its importance for the sustainable development makes it so unique that even his highness Prince Charles included this completely breath-taking place into his agenda on his visit across the Czech Republic.

The village is heated centrally by biomass from its local biomass heating plant with an output of 732 kW, providing more than 80 percent of households. Waste water produced by everyday life is cleaned in the reed-bed sewage treatment plant and electricity is generated with the assistance of two photovoltaic power plants.

Furthermore, the town use energy-saving public lighting which positively contributes to reduce electricity consumption.

In addition, the village owns a passive house which functions as a base of ecological institute called Veronica and also as an educational centre and ecological guest house. Moreover, the city produces its organically labelled unfiltered juices and syrups from the regional fruit species since 2000.

Through the years, Hostětin as a model town of sustainable rural development as well as self-sufficiency gained a couple of prestigious national and international awards for their contribution to environment protection, for instance the Energy Globe (2007), the Czech Solar Award (2009) or Climate Star (2012).

The reed-bed sewage treatment plant of this kind was the first one in eastern Moravia, operating since 1996. The basis of this reed-bad sewage plant is a constructed wetland with common wetland plants such as common reed or reed canary grass where water is treated mainly by bacteria living on the roots of plants which decompose the organic pollution and thus clean the water.

This kind of water treatment serves a unique sustainable and environmental friendly way of cleaning water in the respect of nature with considerable landscape functions boosting ecological stability and aesthetic quality of the place. Moreover, it houses various types of plants and animals.

In 2006, Hostětín retrofitted its out-of-date street lighting system using luminaires with flat-glass bottom cover which enables to distribute light much more efficiently along the street and prevent negative impacts of insufficient outdoor lighting; characteristic in poor light distribution, light pollution or intrusive lighting disrupting natural rhythms.

While the intensity of road and pavement illumination increased two or three times, light pollution of surrounding and atmosphere reduced ten times and electric input of the whole system lowered by one third.

Since 2006, the first Czech public passive house has stood in Hostětín, serving as the educational centre Veronica. The passive house consumes 7–10 times less energy for heating than usual buildings that was accomplished by a thick layer of heat insulation without thermal bridges, precise construction, controlled ventilation with heat recuperation and utilization of solar heat thanks to windows with perfect heat and technical parameters. The building incorporates many modern as well as traditional and natural materials and technologies, including e.g. straw isolation, clay plasters, unburnt bricks, rain water, etc. The Centre provides space for environmental education and meetings as well as accommodation.

A central municipal heating plant with an output of 732 kW was installed in 2000. The boiler burns 500–600 tons per year of wood chips from waste wood from nearby woods and sawmills. More than 80 % of homes in Hostětín are connected to the heating plant distribution system. This unique investment was financed by the State

Environmental Fund, a Dutch grant within one of the international mechanisms reducing CO2 emissions, the Czech Energy Agency, by the community budget as well as by the beneficiaries themselves.

The investment in the heating plant has been complemented by thermal insulation of houses which the residents have been installing gradually at their own expense. The heating plant produces approximately 3,500 GJ of heat per heating season and saves 1,500 tons of CO2 emissions per year. Fuel payments do not leave the regional economy, as they would for coal, gas or electricity, but go to the municipality and local entrepreneurs. An important benefit is clean air, which is much cleaner than in the past.

Literature

1. Veronica: Centrum Hostetin [online]. [cit. 2014-03-26]. Available from: http://hostetin.veronica.cz/
2. Green ispiration from the White Carpathians: Hostětín model projects of sustainable development. In: [online]. 2010 [cit. 2014-03-26]. Available from: http://hostetin.veronica.cz/sites/default/files/green_inspiration_0.pdf
3. Co prinesly projekty v Hostetine: 20 let na ceste k energeticke sobestacnosti [online]. 3. pub. DaL tisk, s. r. o, 2013 [cit. 2014-03-26]. ISBN 978-80-87308-24-0. Available from: http://hostetin.veronica.cz/sites/default/files/co_prinesly_projekty_2013_verze_web.pdf
5. HOLLAN, Jan. Verejne osvetleni v Hostetieě. Hostetin: ZO ČSOP Veronica - Centrum Veronica Hostětín, 2012, 7 s. ISBN 978-80-87308-18-9

Абдиев Болат
к.т.н., доцент
Мадиярова Куралай
к.э.н., доцент
Ежебеков Манат
ст. преподователь
Казахский экономический университет им. Т.Рыскулова
г. Алматы
Республика Казахстан

КОРРЕЛЯЦИОННО-РЕГРЕССИОННАЯ МОДЕЛЬ УРОЖАЙНОСТИ ЗЕРНОВЫХ КУЛЬТУР (НА ПРИМЕРЕ «ПЛЕМЗАВОДА АЛМАТЫ» ТАЛГАРСКОГО РАЙОНА АЛМАТИНСКОЙ ОБЛАСТИ)

Построим и проанализируем по 10 – ти системам показателей (факторов) матрицы коэффициентов парной корреляции (Табл.1). Выберем обусловленные факторные признаки для построения многофакторной регрессионной модели.

Таблица 1.

	Y	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10
Y	1										
X1	0,6764	1,0000									
X2	0,4958	0,7782	1,0000								
X3	-0,4551	-0,4401	-0,4386	1,0000							
X4	-0,3549	-0,5235	-0,4105	0,7081	1,0000						
X5	0,6691	0,4682	0,4976	0,0389	-0,4009	1,0000					
X6	0,2299	0,0101	-0,2605	0,1321	0,1496	0,0631	1,0000				
X7	0,3202	-0,0502	-0,2607	0,3729	0,3668	-0,0555	0,8669	1,0000			
X8	0,2531	-0,1951	-0,2925	-0,0061	0,0838	0,0078	0,6516	0,5679	1,0000		
X9	0,1418	-0,0276	-0,0206	-0,6068	-0,3047	-0,1943	-0,0846	-0,3626	0,3885	1,0000	
X10	0,4495	-0,0347	0,1605	0,2738	0,0353	0,2848	0,2736	0,4116	0,1411	-0,4643	1,0000

Где, Y - урожайность ц/га; X1 - сумма среднегодовых осадков, мм; X2 - сумма осадков в период вегетации, мм; X3 - ∑t°– в период вегетации зерновых культур, мм; X4 - t°- за май месяц, гр.; X5 - количество выпавших осадков за апрель месяц, мм; X6 - затраты, тыс. тенге на 1 га; X7 - фондовооруженность труда ОС на 1 работника, тыс. тенге; X8 - удельный вес химической обработки в общей площади посевов, %; X9 - доля удобренной площади, %; X10 - внесено на 1 га удобренной площади /кг в физ. весе.

Результаты корреляционного анализа приведены ниже: Анализ матрицы коэффициентов парной корреляции показывает, что зависимая переменная, т.е. урожайность имеет прямую связь суммарным среднегодовым осадком (r_{yx_1} ***=0.676)***, с количеством выпавших осадков за апрель месяц ***(***r_{yx5} ***= 0.669***), с суммой осадков в период вегетации ***(***r_{yx_2} ***=0,426***), а также внесенной на 1 га площади удобрений (кг в физ. весе) ***(***$r_{yx_{10}}$ ***=0,449***) и отрицательную связь с ∑t°– в период вегетации зерновых культур, мм ***(***r_{yx_3} ***=-0,455***), t°- за май месяц, гр. ***(***r_{yx_4} ***=-0,355***) . Однако факторы ***x₆ и x₇*** тесно связаны между собой ***(***$r_{x_6x_7}$ ***=0.867),*** что свидетельствует о наличии мультиколлинеарности. Из этих двух переменных оставим в модели ***x₇*** - фондовооруженности труда ОС на 1 работника, тыс. тенге.

Коэффициент корреляции равен ***0,84*** то есть показывает тесную связь зависимой переменной от факторов. Уравнение регрессии в зависимости урожайности от выявленных факторов можно записать в следующем виде:

$$y=27,5+0,016x_1+0,089x_2-0,032x_3+0,017x_4-0,026x_5+0,00032x_7+0,213x_8+0,082x_9+0,314x_{10}$$

Значимость коэффициентов регрессии и само уравнение множественной регрессии были оценены с использованием t – критерия Стьюдента и Фишера.

Таким образом, по найденным моделям можем определить влияние на урожайность с начала по природно-климатическим фактором: при увеличении сумма среднегодовых осадков, мм на 10 мм. урожайность пшеницы увеличится на 0,16 ц., при увеличении сумма осадков в период вегетации, мм на 10 мм - увеличится на 0,89 ц., при увеличении ∑tº– в период вегетации зерновых культур от нормы на 1 градус – уменьшится на 0,32 ц., при увеличении tº- за май месяц, на 1 градус – увеличится на 0,17 ц., при увеличении количество выпавших осадков за апрель месяц, от нормы на 10 мм - уменьшится на 0,26 ц, а также влияние организационно-экономических факторов на урожайность т.е. при увеличении фондовооруженности труда ОС на 1 работника, 1000 тенге на га. - увеличится на 0,32 ц., при увеличении удельного веса химической обработки в общей площади посевов на 1% - увеличится на 0,213 ц. с га., при увеличении доля удобренной площади на 1% - увеличится на 0,082 ц. с га., при увеличении внесении на 1 га удобренной площади на 1кг в физ. весе,- увеличится на 0,314 ц. с га.

Теперь определим точечные и интервальные прогнозные оценки урожайности на следующий год. Исходные данные представлены временными рядами, поэтому прогнозные значения факторов определены с помощью методов экспертных оценок, а также с помощью средних абсолютных приростов и вычислены на основе экстраполяционных методов. Теперь определим прогнозных значения урожайности пшеницы. Доверительный интервал прогноза будет иметь следующие границы:

Верхняя граница прогноза: y_p (n+l)+ u(l),

Нижняя граница прогноза: y_p (n+ l) - u(l).

$$u(l) = S_e * t_{kp} * \sqrt{V_{пр}} = \sqrt{1 + X_{пр}^T (X^T X) X_{пр}} = 3,12$$

Таблица прогнозов (р = 90%)			
Упреждение на один год	Прогноз	Нижняя граница	Верхняя граница
2016г.	9,3	6,2	11,8

Таким образом, моделирование производственно-экономических процессов в данном сельском хозяйстве, адаптированное к складывающимся природно-климатическим условиям, позволяет обосновать менеджеру рыночную

стратегию, направленную на повышение урожайности сельскохозяйственных культур под влиянием предполагаемых событий и решений.

Список использованных источников:

1. Каменская Е.А. Управление рисками сельскохозяйственных предприятий в условиях реформирования производства / Е.А. Каменская // Известия СанктПетербургского государственного аграрного университета. - № 9. – 2008.с.108-111 (0,5 п.л.).

2. Айвазян С.А. Прикладная статистика и основы эконометрики: [Текст] Учебник / Айвазян С.А. – М.: ЮНИТИ, 2004. – 1022с.

Акулич Олеся
студентка
Белко Юлия
студентка
Бухтик Марина
к.э.н., доцент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ХИМИЧЕСКОЙ И НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Химическая и нефтехимическая промышленность является одной из важнейших отраслей промышленного комплекса Республики Беларусь. Ее роль возрастает в связи с тем, что она пополняет сырьевую базу промышленности и строительства, обеспечивая их новыми эффективными материалами. Применение химических удобрений способствует интенсификации сельского хозяйства. Кроме того, в отрасли производятся товары народного потребления, а расширение сферы применения химических технологий способствует повышению производительности труда.

Предприятия химической и нефтехимической отрасли способны производить исходные сырьевые материалы, отсутствующие в природной среде, и позволяют расширить возможности других отраслей экономики по производству конечной продукции.

Химическая и нефтехимическая промышленность включают:

1. Производство минеральных удобрений. Крупнейшими производителями минеральных удобрений в Республике Беларусь являются ОАО «Беларуськалий», ПО «Азот», Гомельский химический завод [4].

2. Лакокрасочная промышленность.Представлена ОАО «Лидалакокраска» и белорусско-германским предприятием «Оли-Бело» [1, с. 48].

3. Промышленность химических волокон и нитей. Основным представителем является ОАО «Полимир», ПО «Химволокно»: Могилевское, Гродненское, Светлогорское, Полоцкое.

4. Шинная и резинотехническая промышленность. Производство шин сосредоточено в основном на ОАО «Белшина», производство резинотехнической промышленности на ОАО «Беларусьрезинотехника», ОАО «Резинотехника», РТИ-пласт, Спецагромаш, Технопродукт и др. [4].

Основными приоритетами развития нефтехимического комплекса являются:

1) в нефтедобывающей промышленности: снижение темпов падения уровня добычи нефти на действующих месторождениях; разведка и разработка новых месторождений нефти на территории Республики Беларусь; совместное освоение нефтяных месторождений за рубежом; строительство и реконструкция сети автозаправочных станций (АЗС) и развитие системы нефтепродуктообеспечения;

2) в нефтеперерабатывающей промышленности: увеличение глубины переработки нефти; обеспечение соответствия качества выпускаемой продукции действующим и перспективным требованиям стран ЕС;

3) в химической и нефтехимической промышленности: обновление производственных мощностей на базе новых энерго- и ресурсосберегающих технологий; углубление переработки сырья за счет внедрения наукоемких технологий; расширение ассортимента и повышение конкурентоспособности продукции, освоение новых видов продукции, пользующейся повышенным спросом;

4) в освоении минерально-сырьевой базы: добыча и промышленная переработка горючих сланцев[3].

Для предприятий нефтяной отрасли Беларуси одна из самых актуальных задач – укрепить позиции на рынке, повысив качество продукта с учетом европейских стандартов. В том числе с этой целью в нефтяном сегменте Беларуси запланирован ряд крупных проектов, среди которых модернизация белорусских нефтеперерабатывающих заводов, повышение эффективности переработки нефти. Реализация этих проектов напрямую связана с привлечением средств инвесторов. Речь идет о создании совместных предприятий, вхождение инвесторов в акционерный капитал белорусских компаний. Потенциальными партнерами белорусских нефтехимических предприятий являются, в первую очередь, российские компании [2].

Можно выделить ряд технологических особенностей химической и нефтехимической промышленности:

– широкий спектр источников сырья для производства одного и того же вида продукции;

– применение химических методов переработки сырья, а также использования отходов других производств для получения разнообразной продукции;

– низкая доля живого труда и высокая степень автоматизации производства;

– высокое энергопотребление;

– высокая степень концентрации производства продукции, капиталоемкость процессов производства.

Развитие нефтехимического комплекса способствует обеспечению энергетической безопасности Республики Беларусь, удовлетворению потребностей народнохозяйственного комплекса в нефтяном сырье и нефтепродуктах, научно-техническому прогрессу науки и технологий, повышению экономической эффективности функционирования других производственных отраслей республики, созданию благоприятных условий для дальнейшей модернизации и реконструкции организаций, повышению качества выпускаемой продукции, сохранению экспортного потенциала [3].

Подводя итоги можно сказать, что химическая и нефтехимическая промышленность характеризуется динамичным развитием производства и постоянной сменой технологий производства продукции. Это прогрессивная, быстро развивающаяся отрасль. Химизация все больше проникает во все сферы народного хозяйства. Она позволяет решать технические, технологические и экономические проблемы, создавать новые материалы с заранее заданными свойствами, заменять металл в строительстве, машиностроении, повышать производительность и экономить затраты общественного труда. Химия наряду с машиностроением, металлургией, электроэнергетикой способствует научно-техническому прогрессу.

Список использованных источников

1. Болдак А.К., Сухоцкая О.Н. Национальная экономика Беларуси: учебно – методический комплекс. – Гродно: ГГАУ, 2011 - 87 с

2. Нефтехимический комплекс// «Беларусь факты» - информационный портал [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://belarusfacts.by/ - Дата доступа: 16.03.2015.

3. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 09августа 2010 г. № 1180 «Об утверждении стратегии развития энергетического потенциала Республики Беларусь» // Национальный правовой Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://www.pravo.by/ - Дата доступа: 24.03.2016.

4. Химическая промышленность в Беларуси// Интернет-портал Вся Беларусь[Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://allby.tv/ - Дата доступа: 16.03.2016.

Акулов-Муратов Владислав
к.н.держ.упр., докторант
Национальная академия государственного управления
при Президенте Украины
г. Киев
Украина

ИЗМЕНЕНИЯ СТЕЙКХОЛДЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ

Основное изменение в экономической сфере, после произошедших глобализационных процессов, сегодня выражается в скачкообразном увеличении масштабов и темпов перемещения капиталов в поисках наилучших условий для их накопления.

Это привело к тому, что:

не только страны и регионы, но и отдельные города теперь конкурируют за новые инвестиции;

рост международной торговли опережает рост ВВП во всех странах;

выпуск стандартизированной и унифицированной продукции производится международной сетью производств с быстро изменяемыми объёмами;

появился мировой финансовый рынок, работающий быстро и круглосуточно;

а финансовая сфера стала самодовлеющей силой, которая определяет возможности развития других сфер человеческой деятельности.

Надутые ею спекулятивные «мыльные пузыри» породили финансовый, а затем и глобальный экономический кризис. При этом, за счёт развития средств телекоммуникации, решения о финансовых операциях в большинстве своём принимаются рефлекторно. А мировые финансовые рынки стали неподвластны национальной юрисдикции, что породило рост транснациональных корпораций. Внедрение же новых технологий резко расширило рынки труда и изменило их структуру. А это привело к массовой иммиграции в развитые страны мира и изменению их этнического состава, породив внутреннее социальное напряжение.

Одновременно произошла миграция производства и новых форм организации экономики из Европы и США в регионы с традиционным укладом жизни. Что породило ускоренную индустриализацию Восточной Азии и «анклавную модернизацию» во многих странах «третьего мира». А это, в свою очередь, вызвало уже у них рост социальной напряжённости.

Результатом таких событий стало мировое перераспределение доходов в пользу постиндустриальных государств промышленно развитого Севера, своего рода глобальным налогом на мировую экономическую деятельность.

Однако глобализация, как её пытались провести англосаксы, не удалась – универсальная мир-экономика ещё не создана. Но контуры её специализированных сегментов (объединённых культурно-историческими кодами, стилем хозяйственной деятельности, общими социально-экономическими факторами и стратегическим целеполаганием) уже обозначены.

Формируется мировая система «экономического плюрализма» с тремя региональными центрами: Северная и Южная Америка под эгидой США, Европа под эгидой ЕС, Юго-Восточная Азия под эгидой Японии (но с возможной заменой на Китай). Такая система «регион-экономик» стала антитезой идеям «мир-экономики» Ф. Броделя и И. Валлерстайна.

Система международных отношений также изменилась под влиянием глобализации. Произошло:

1. Изменение состава участников мирового политического процесса, т. е.

а) резко возросло число национальных государств;

б) появилось множество влиятельных негосударственных акторов (международных межправительственных и неправительственных организаций, транснациональных корпораций, которые поставили под контроль существенную часть ресурсов национальных государств);

в) увеличилось количество, и усилились международные взаимосвязи, располагающие теперь акторов международных отношений на различных уровнях – субгосударственном, государственном и надгосударственном, а также делящие эти уровни на сектора – общественный, частный и негосударственный.

2. Изменение целей национальных государств, т. е.

а) исчезает разделение между сферами внутренней и внешней политики государства, а внешняя политика становится мерилом его экономического развития;

б) расширяются сферы человеческой деятельности, каждая из которых стремится выйти за пределы контроля государства;

в) ключевой проблемой международных отношений становится растущая взаимозависимость влияния государства на государство, а не прямое применение силы.

3. Преобразование содержания понятия силы, т. е.

а) произошла её диффузия – утратилась автоматическая связь между силой и военной мощью, и появилось понятие «мягкой силы» (softpower, введённое Джозефом Наем), означающее наличие «комплекса привлекательности», которым обладает страна независимо от имеющегося у неё материального потенциала;

б) при сохранении силовых отношений между государствами манипуляция с помощью взаимозависимости становится стратегическим средством воздействия;

в) в условиях роста взаимозависимости традиционная конкурентная логика конфликта с нулевой суммой будет заменяться на стейкхолдерские стратегии солидарности и сотрудничества, т. к. негативные последствия даже при глокализации универсальны – касаются всех, только в разной степени.

4. Создание новых иерархических структур на международной арене, т. е.

а) преобразования в природе международных сил разрушили единство международной иерархии, основанное на военной или военно-политической силе – появились «ограничители» такой силы, затрудняющие её использование государствами для достижения своих целей;

б) сложились функциональные иерархии, в каждой из которых нельзя главенствовать постоянно.

5. Преобразование международной системы в целом, т. е.

а) после объединения международных отношений в единую систему под эгидой ООН, под воздействием глобализации ожидается укрепление взаимодействий между нациями, ведущих к взаимосвязанности и образованию структур глобальной управляемости миром для интеграции всех его частей в единую экономическую систему на основе участия всех её субъектов в процессах управления нею.

б) главным содержанием мировой политики становится переход от Вестфальской системы индивидуальных государств к системе, управляемой наднациональными и транснациональными институтами (такими, как ВТО, МВФ, Всемирный банк, G7 и др.), регулирующими отношения между государствами.

Это потребует пересмотра основных элементов внешнеполитических традиций, а также национальных политических систем. Но остаётся неясным:

а) адекватен ли этот процесс перехода по масштабу и имеющимся ресурсам потребностям, возникающим в ходе развёртывания глобализации;

б) могут ли появляющиеся международные институты компенсировать дефицит управляемости в границах национальных государств и в отношениях между ними;

в) осуществимы ли в принципе эти глобальные общественно-политические практики.

Убедительных ответов на эти вопросы пока нет.

В общем, на смену бунту бедных, которому национальные государства научились эффективно противостоять, пришли бунт богатых и бунт капитала, противостоять которым можно только с помощью новой политической архитектуры мирового рынка, которой ещё нет. Трёх используемых механизмов государственного управления – англосаксонского либерализма, социального протекционизма шведской социал-демократии и ренановской модели нации – недостаточно для ответа на эти вызовы. А ведь они брошены традиционному государству не только глобализацией рынков и транснациональными силами, такими, как финансовые объединения, мультинациональные компании, крупные церкви и организованная преступность. Национальное государство ослабляется наднациональными институтами и тенденциями к регионализму, сепаратизму и местничеству. Его экономика образует россыпи городов-государств и государств-регионов, которые взаимодействуют напрямую в рамках панрегионов или даже глобальной экономической системы, пытаясь минимизировать государственное вмешательство, противоречащее их интересам. Т. е. наблюдается процесс перехода мира из более-менее системного состояния в состояние детерминированного хаоса. Это сильно повлияло на процесс мышления населения Земли, которое под таким давлением стало клиповым, а значит, утратило столь необходимые ему свойства критичности и системности.

То, что сейчас происходит с Украиной – это первая попытка заполучить под полный контроль крупное европейское государство со стороны наднациональных финансовых структур, в т. ч. и криминального толка. Поводом

к этому явилось распространение среди населения земли (в т. ч. и украинцев) чувства глубокой фрустрации, связанного с глобальными переменами в их жизни, сулящими неустойчивое будущее. Такое изменение общественного сознания – это проблемы низкого ВВП на душу населения. Т. е. проблемы элит, убеждённых в своём исключительном превосходстве над народом и проводящих свои социально-экономические эксперименты за его счёт.

Ответом на это стало затребованность ним, в виде лидеров, популистов-демагогов, яркими представителями которых можно назвать В. Путина, Д. Трампа, С. Берлускони. Они даже не скрывают, что лгут потому, что аудитория хочет это услышать (особенно обещания, что за всё будет платить кто-то другой). Появление таких фигур в любом социуме есть показатель завершения процесса упадка доверия к институтам государства и его представителям, породившего недовольство существующим *status quo* в отношениях народа с его политической элитой, подорвавшей доверие к себе через упорное нежелание изучать и понимать источники фрустрации в обществе. В результате постепенно профессиональные политики вытесняются телевизионными персоналиями, высказывающими крайне примитивные и часто агрессивные идеи. Сейчас даже в США лидеры обеих политических партий вынуждены отбиваться от подозрений со стороны избирателей в элитаризме.

Это в принципе похоже на ситуацию в Украине с почти религиозной верой её населения, что всё нужно менять немедленно и кардинально. Жители обеих стран, каждый в своей мере, развращены и одурманены популистами, по вине которых уровень фрустрации в обществе постепенно приближается к опасному пределу. И жизнеспособность любого современного либерального общества зависит от его способности создать механизмы, управляющие уровнем фрустрации. Отмахиваться от её проявлений на том основании, что они исходят от невежественных и ограниченных людей очень опасно, т. к. именно этот их тип в последние десятилетия наиболее активен и последователен в своей борьбе против происходящих в мире перемен. Именно этот тип людей фрустрация ведёт от свержения ненавистных тиранов до избрания обожаемых фюреров. Но настоящие решения серьёзных государственных проблем появляются только в результате продуманной и кропотливой совместной работы исполнительной, судебной и законодательной ветвей власти, которые реально разделены и независимы. Примером можно поставить те же США, куда в последние годы тихо и спокойно, после долгих лет отсутствия, стало возвращаться индустриальное производство. Без такой, организованной до мелочей работы общественных и государственных структур любая революция превращается в катастрофу для населения.

На Донбассе, несмотря на серьёзные экономические и политические последствия, стороны военного конфликта игнорируют поводы для фрустрации друг друга и неспособны осознать точку зрения оппонента, чтобы начать конструктивный диалог: они не знают, как установить контакт друг с другом – их мучает страх и ненависть. Значит, конца этому противостоянию не будет.

Майдан, Крым, Донбасс – это детища фрустрации. А это – не рациональное ощущение. Ей необходим выход. И рано или поздно она его всегда находит.

Надо дать всем сторонам конфликта возможность установить линии коммуникации различных уровней, чтобы построить доверительную сферу национального диалога. Может быть, ничего общего найдено не будет и все стороны военного конфликта разойдутся своими путями. Но тогда между ними больше не будет фрустрации и отложенной агрессии, а значит, будет надежда на долгий мир. Поэтому, чтобы понять основные причины фрустрации восточных украинцев на Донбассе, нужно изучить среду и историю её возникновения.

В целом можно выделить следующие характеристики изменений структуры стейкхолдерских отношений на субгосударственном, государственном и надгосударственном уровнях в современном мире:

1) рост экономического потенциала негосударственных акторов (на которых уже приходится 70 % мировой торговли и 80 % иностранных инвестиций, но на их производствах занято только 3 % мировой рабочей силы);

2) увеличение потребности в независимой реализации экономических возможностей негосударственных акторов в международной среде;

3) постепенное вытеснение негосударственными акторами государств с позиций главных и системообразующих элементов системы международных стейкхолдерских отношений;

4) размывание границ между внутренней и внешней политикой государств;

5) экономизация политики и закрепление фактического неравенства государств, как акторов международных стейкхолдерских отношений;

6) создание законодательной базы неолиберальной глобализации посредством диктата геоэкономической (точнее геофинансовой) властью своих правил игры;

7) появление нового поколения элитарных международных регулирующих органов;

8) усиление роли консенсусных форм принятия решений, учитывающих вес и влияние стейкхолдеров, участвующих в голосовании по различным проблемам;

9) превращение традиционной дипломатии в один из многих каналов международного общения и механизмов урегулирования спорных проблем;

10) изменение принципа невмешательства во внутренние дела суверенных государств (не только из-за положения с правами человека, но и наличия возможных террористических угроз от какого либо актора внешнему миру);

11) становление в мире идеологии конкуренции;

12) нарастание разрыва в благосостоянии между государствами;

13) концентрация усилий всех субъектов экономической деятельности на обладании новейшими технологиями и дешёвой, но квалифицированной и гибкой рабочей силой.

Таким образом, как заметил Кеничи Омаэ, получив наибольшее развитие в экономической сфере, глобализация в начале XXI ст. вышла за её рамки, и,

вскрыв несоответствие между мировыми экономическими процессами и мировой общественно-политической организацией, стала активно перестраивать всю мировую структуру стейкхолдерских отношений, породив массу наблюдаемых сейчас различных кризисов (например, дефицит демократии) и противоречий:

между общечеловеческими интересами во взаимозависимом и безопасном мире, и сохранением региональных, национальных и этнических особенностей;

между глобализацией и связанной с ней унификацией, и стремлением к идентичности, и самоопределению малых народов, социальных общностей и отдельных личностей;

между экономической глобализацией и необходимостью сохранения, и защиты среды обитания человека;

между гражданским порядком, сохраняющимся внутри государств, и и ни чем не ограниченным конкурентным состоянием, царящим в рамках международных отношений;

между глобальным развитием, как универсальной целью, и национальной культурой, как ценностным выбором;

между процессом глобализации и национальными государствами.

Однако глобализация действует только, как мультипликатор мировых неравенств и их стимулятор, но не генератор этих феноменов в контексте всемирного процесса перераспределения богатства, власти и возможностей. На самом деле мы имеем кризис в эволюции человечества и кризис глобализационных механизмов и структур, как необходимых компонентов данной эволюции.

Алешкевич Ольга
студентка
Ребковец Виктория
студентка
Лягуская Наталия
ст. преподаватель
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Глобализация – это усиливающаяся интеграция экономик и обществ во всем мире.

Глобализация – это неизбежное явление в истории человечества, заключающееся в том, что мир в результате обмена товарами и продуктами, информацией, знаниями и культурными ценностями становится более взаимосвязанным. Однако за последние десятилетия темпы этой глобальной интеграции стали гораздо более высокими и впечатляющими благодаря

беспрецедентным достижениям в таких сферах, как технологии, средства связи, наука, транспорт и промышленность.

Хотя глобализация ускоряет развитие человечества и является его следствием, она представляет собой непростой процесс, к которому нужно приспосабливаться и который создает серьезные проблемы и трудности. Такие быстрые темпы перемен могут принять угрожающий характер, и большинство стран пытаются их контролировать или управлять ими [1].

Открытость национальных экономик – это требование глобализации, без которого этого явления не может быть в принципе. В свою очередь открытость системы предполагает адаптацию ее структуры к внешней среде. Другими словами, национальная экономика должна быть конкурентоспособной, а ее структура – адекватна тенденциям и процессам, которые происходят в мировой экономической системе. Без структурных изменений в странах, участвующих в глобализации, не только экономический рост невозможен, невозможно будет сохранить и тот уровень экономического развития, а соответственно уровень жизни, который каждая страна достигла к данному моменту [2].

Среди положительных черт глобализации можно выделить обострение международной конкуренции, возможное повышение производительности труда. Все это может сопровождаться или быть причиной снижения издержек и цен, распространения передовых технологий, постоянного внедрения инноваций. Глобализация мировой экономики создает серьезную основу решения всеобщих проблем человечества.

Глобализация имеет и отрицательные стороны. Она порождает конфликты и проблемы, основной из которых считается неравномерность распределения благ. Процессы глобализации уменьшают экономический суверенитет как атрибут власти национальных государств и потенциал экономического регулирования соответствующих национальных правительств.

Быстрое перенесение экономических сбоев и финансовых кризисов из одних регионов мира в другие, а при сочетании ряда весомых негативных факторов — придание им глобального характера.

Глобализация, к сожалению, стала питательной средой для резкого ускорения распространения трансграничной преступности.

Наибольший выигрыш от участия в глобализации имеют промышленно развитые страны, получающие возможность снижать издержки производства и сосредоточиваться на выпуске наиболее доходной наукоемкой продукции, перебрасывать трудоемкие и технологически грязные производства в развивающиеся страны. Но и промышленно развитые страны могут пострадать от процессов глобализации, которые, если с ними не совладать, увеличат безработицу, усилят нестабильность финансовых рынков и т.д [3].

Весьма важную роль в процессе глобализации играет Организация Объединенных наций (ООН). Согласно основному видению авторов Декларации тысячелетия ООН, главным фактором достижения сформулированных в ней целей в области развития является более эффективное управление процессом

глобализации в интересах неимущих. Глобализация и продолжающийся быстрый технический прогресс открывают невообразимые в прошлом возможности для социального и экономического развития. В то же самое время они по-прежнему сопряжены с серьезными проблемами, включая широкомасштабные финансовые кризисы, неуверенность в завтрашнем дне, нищету, изоляцию и неравенство как внутри обществ, так и между ними. Сохраняются значительные препятствия в плане дальнейшей интеграции и полного участия в глобальной экономике развивающихся стран, особенно наименее развитых стран, а также некоторых стран с переходной экономикой. До тех пор, пока благами социально-экономического развития не будут пользоваться все страны, все большее число людей во всех странах и даже целые регионы будут оставаться на периферии глобальной экономики [1].

Таким образом, глобализация является новым этапом развития системы мировой экономики и международных отношений. Глобализация сказывается на экономике всех стран. Она затрагивает производство товаров и услуг, использование рабочей силы, инвестиции, технологии и их распространение из одних стран в другие.

Список использованных источников

1. Организация Объединенных Наций [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.un.org/ru/index.html – Дата доступа: 27.03.2016.

2. Т.А. Фролова. Мировая экономика: конспект лекций. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010.

3. Яценюк Е. Глобализация мировой экономики: объективные тенденции и субъективные факторы // Журнал международного права и международных отношений. – 2010. – № 3. – с. 52

Ареф'єв Володимир
к.е.н., доцент
Національний авіаційний університет,
м. Київ,
Україна

КОНТРОЛІНГ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах господарювання відбувається інтеграція окремих завдань щодо виконуваних функцій при здійсненні управління видами діяльності, специфічних ресурсів через комплексність виливів на загрози зовнішнього середовища. Використання концепцій логістики задля сприяє впровадженню випереджаючого управління на засадах контролінгу із декомпозицією бізне-процесів.

Зміни, що зв'язків між окремими економічними суб'єктами, галузями регіонами, тощо, також є передумовою трансформації логістичних процесів, які

стають передмовою удосконалення організаційної структури управління логістикою підприємства відповідно до виявлених ключових процесів, а також адаптацію системи контролінгу із обґрунтуванням корегуванням розрахунків логістичних витрат. Метою контролінгу в даному контексті є виявлення вузьких місць та підвищених витрат у формуванні рішення про виконання робіт при здійсненні логістики підприємства для досягнення позитивних результатів реалізації логістичної стратегії аутсорсингу. Для розробки системи показників відділу логістики необхідно використовувати стратегічну карту підприємства, складену на першому етапі, і на її основі розробити мінімально можливий набір тактичних KPI (ключових показників ефективності). Також необхідно згідно з обраним методичним підходом розробити набір KPI ефективності діяльності транспортних посередників; на міжорганізаційному рівні дані KPI можуть стати основою системи мотивації контрагентів.

Провідні логістичні провайдери є проміжною ланкою між 3PL- і 4PL-провайдерами. LLP з'явилися як відповідь провайдерів, небажаючих розлучатися з логістичними активами, на виникнення 4PL. Вони, подібно 3PL-провайдерам, мають власні логістичні активи і надають комплекс операційних логістичних послуг, при цьому LLP мають в своєму розпорядженні додаткові інструментами, які забезпечують відкритість їх діяльності та доступ до оптимізаційних рішень та моделювання (наприклад, управління запасами, інтегрованого планування, міжорганізаційних координації), що дозволяє надавати підтримку прийнятих рішень в ланцюгах поставок клієнтів. 4PL-провайдери, як правило, не мають власних логістичних активів, використовуючи IT-інструменти в якості основних активів. З LLP укладаються відносини, засновані на довгострокових контрактах.

Невід’ємною складовою формування політики контролінгу підприємства в аспекті вибору підходів до управління постачальниками транспортних послуг. Сконцентруватися доцільно на визначенні критеріїв вибору і зміни логістичних посередників, а також вибору специфічних чинників та вимог для кожного типового випадку перевізника із сформованої бази даних перевізників. Набір критеріїв повинен максимально відповідати особливостям функцій або процесів, які передаються на виконання сторонньої компанії із необхідним ступенем конкретизації.

Одним з основних етапів основних етапів, необхідно перейти до розробки комплексу забезпечуючих заходів, які можуть стати складовою формування підґрунтя для успішної реалізації маркетингової та логістичної стратегій аутсорсингу. Початком для цього може стати ідентифікація ключових процеси при перевезенні вантажів до місця призначення та визначення системи показників для оцінювання. При необхідності бізнес-процеси доцільно аналізувати з використанням функціонально-вартісного підходу.

Дотримання обраної логістичної стратегії формування бізнес-процесів за потоковим принципом, контролінг та аналіз виконання відповідних планів та основних показників контролю є запорукою отримання найвищих показників

прибуткової та ефективної діяльності підприємства, оскільки це залежить також від раціональної конфігурації логістичної мережі.

Ареф'єв Сергій
д.е.н, доцент
Національний авіаційний університет
м. Київ
Україна

МАРКЕТІНГОВА СКЛАДОВА ПРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАПІДПРИЄМСТВ

Здійснення перманентних трансформацій економічної діяльності авіапідприємств має на меті збереження існуючих й утворення нових зв'язків із контрагентами, підвищення конкурентоспроможності послуг і продукції, зростання ефективності використання всіх видів ресурсів за рахунок впровадження досягнень науково-технічного прогресу, пошуку ефективних форм та методів управління виробництвом та формування маркетингових програм.

Однак діяльність із досягнення усіх перерахованих цілей наражається на низку перешкод, серед яких слід відзначити наступні:

відсутність платоспроможного попиту на пасажирські авіаперевезення всередині країни;

виснаження пасажиропотоків на міжнародних маршрутах;

асиметричність розподілу й перерозподілу фінансових потоків між різними учасниками процесу здійснення та обслуговування авіаперевезень;

відсутність у авіакомпаній власних фінансових ресурсів;

здороження всіх видів ресурсів;

використовуваних авіакомпаніями та аеропортами;

посилення фіскального тиску на бізнес;

стрімка девальвація національної валюти і як наслідок погіршення економічної кон'юнктури ринку;

непридатність до сучасних реалій кредитних механізмів фінансування оновлення техніко-технологічної бази підприємств авіатранспортного комплексу;

відсутність стимулів для вітчизняних та зарубіжних інвесторів у вкладенні коштів у розвиток підприємств авіаційного транспорту.

Втім, результативність таких заходів істотно залежить від змін місткості ринку авіаперевезень, якості обслуговування пасажиро- та вантажопотоків, економічної ефективності підприємств у процесі реорганізації, тому застосування прийомів маркетингу задля заохочення потенційних споживачів набуває все більшого значення.

Для розробки системи заходів з підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу слід врахувати усі можливості авіакомпанії щодо одержання доходів, тобто поряд із чистим доходом від перевезень пасажирів та вантажів слід уточнити приховані важелі механізму формування фінансового результату від операційної діяльності зумовлені внутрішнім та зовнішнім середовищем підприємства.

Артеменко Александр
к.э.н., доцент
Артеменко Светлана
ст. преподаватель
Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
г. Горки
Республика Беларусь

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА

Под качеством продукта нами понимается то, что получает потребитель и за что он готов заплатить деньги, поскольку это для него имеет ценность. Новый продукт не становится ценным для потребителя только потому, что в него вложен большой труд и значительные средства, как обычно полагает производитель. Согласно Оксфордскому толковому словарю, под инновацией понимается любой новый подход к конструированию, производству или сбыту товара, в результате чего инноватор или его компания получают преимущество перед конкурентами. Исходя из этого целью инновации будем считать создание новой ценности, воспринимаемой потребителем. Данное определение добавляет недостающий смысловой элемент содержанию понятий «новшество» и «инновация» в законодательстве Беларуси, под которыми понимается «результат интеллектуальной деятельности, обладающий признаками новизны по сравнению с существующими аналогами для определенного сегмента рынка, практической применимости, способный принести положительный экономический или иной полезный эффект» и «новая или усовершенствованная продукция, технология; новая услуга, организационно-техническое решение производственного, административного, коммерческого или иного характера» соответственно [1].

Масштаб угрозы замещения зависит от трех факторов: соотношения потребительской стоимости продукта и его цены для продукта отрасли и продукта-заменителя; издержек переключения при переходе на продукты-заменители; склонности покупателей к переходу. Очевидно, что покупатель должен правильно понимать, что новый продукт предоставляет для него ценность. Поэтому в сравнение стоимости продуктов нами включено

сопоставление способности их производителей доступным для покупателя образом оповестить его об этой ценности.

Считается, что на падающем рынке в выигрыше всегда будут наименее затратные производители [2]. Обзор нами коммерчески успешных продуктов показал, что в таких условиях возможно создание премиальных продуктов, если в их основу положены не только потребительские качества продукта, но и эмоциональная связь с конечными покупателями.

Апробация методики оценки инновационного продукта проведена на линейке новой продукции одного из предприятий молочной отрасли Беларуси. Создание нового продукта и вывод его на рынок потребовали 800 млрд. рублей, что очень много по сравнению с дополнительно созданными рабочими местами (40 млрд. рублей на 1 новое рабочее место). Известно, что в 12 млрд рублей обошлось строительство нового 2-х этажного здания цеха глубокой переработки сыворотки, а 2,8 млн евро ушло на приобретение импортного оборудования. Мощности нового цеха – от 15 до 40 тонн продукции в сутки в зависимости от ее вида. В декабре 2014 (вывод продукта на рынок) спрос составлял до 1 т в сутки, что крайне положительно оценивалось руководством предприятия: «спрос настолько велик», «в награду за новаторство предприятие ждет быстрая окупаемость и коммерческий успех» (при этом расчетный срок окупаемости проекта – 5 лет).

Стоимость одной упаковки 250 мл в розничной сети на момент выхода на рынок – 16 000 рублей или 1,35 долл. США (на апрель 2016 г. – 19 500 руб. или 0,95 долл.).

В актив нового продукта нами занесены следующие преимущества:

– согласованность с рядом трендов, определенных экспертами Innova Market на 2013-2015гг.: «рост популярности продуктов, содержащих большое количество протеинов, увеличение потребления продуктов без сахара или с низким содержанием сахара, потребитель все больше будет уделять внимание текстуре продукта» [3];

– в составе – 3 натуральных компонента (концентрат сывороточных белков, закваска прямого внесения, фруктовый наполнитель);

– инновационный ингредиент (микропартикулят сывороточных белков) находится на стыке рыночных ниш (между молоком цельным и сливками питьевыми). По сути, аналог 10% сливок, но без жира и с повышенным содержанием белка;

– ряд престижных наград («Лучший инновационный продукт» на «ПРОДЭКСПО-2015», г. Москва; «Чемпион вкуса», народный конкурс-дегустация на «Белагро-2015»);

– наличие декларации на поставки в страны Таможенного Союза;

– официальный сайт линейки нового продукта с услугами (калькулятор белка, рекомендации по питанию от экспертов), атрибутами серьёзности намерений производителя на рынке (пресс-конференция по случаю запуска

первого в СНГ нанотехнологического комплекса по производству продуктов питания, не имеющей аналогов в стране и на всём постсоветском пространстве продукции).

К пассиву нового продукта нами отнесено:

– в 2,4–5,4 раза проигрывает в цене 1 грамма белка любому из четырех продуктов, представленных для сравнения на официальном сайте: 250 мл инновационного продукта сравнимы с 4 куриными яйцами, 180 граммами творога, 100 граммами куриного мяса, 150 граммами морской рыбы;

– не определенность с целевой группой (рекомендовано использовать как замену быстрым перекусам на ходу, позднему ужину, второму завтраку) вынуждает потребителя сравнивать новый продукт не только с традиционной продукцией молочных производителей, но и других отраслей;

– отсутствие опции «Обратная связь» на официальном сайте линейки нового продукта не позволяет добавить продукту эмоционального содержания;

– продажи на основных потенциальных рынках осуществляются в неблагоприятных условиях. Так, номинальная начисленная средняя заработная плата и средний размер пенсий в январе 2016 года в Беларуси составили 326 и 139 долл. США соответственно. В связи с этим сократилась емкость рынка продовольствия (несмотря на то, что в 2015 году 41,2% потребительских расходов домашних хозяйств пришлось на питание, что на 2,3 процентных пункта больше, чем в 2010 году). Не наблюдается роста заработной платы и пенсий у наших основных торговых партнеров: в Российской Федерации 482 и 178, Украины – 167 и 61 долл. США [4]. Наблюдается тенденция смещения вкусов потребителей молочных продуктов в Российской Федерации в сторону низкоценового и среднеценового сегмента (в 4 кв. 2015 г. доля потребителей, перешедших на недорогие товары, достигла 70%), продолжилась тенденция сокращения продаж кефира и питьевых йогуртов, наметившаяся в 2014 г. [5]. Потребители переключаются на простые базовые продукты с минимальной добавленной стоимостью – молоко, ряженку, кефир, сметану;

– несоответствие по ряду критериев для включения в перечень инновационных товаров для отдельных видов государственной поддержки: «созданы с использованием способных к правовой охране результатов интеллектуальной деятельности, обладают более высокими технико-экономическими показателями по сравнению с другими товарами, представленными на определенном сегменте рынка, и являются конкурентоспособными» [1].

Сравнение «активов» и «пассивов» нового продукта приводит к следующему выводу для производителя: коммерческого успеха достичь в сложившихся условиях крайне затруднительно.

Список использованных источников

1. О государственной инновационной политике и инновационной деятельности в Республике Беларусь: Закон Республики Беларусь от 10 июля 2012 г. № 425-З // Консультант Плюс: Беларусь. Технология ПРОФ

[Электронный ресурс] / ОО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2013.

2. Портер, М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.

3. Топ-10 тенденций на рынке продовольственных товаров в 2013-2015 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.foodprocessing.com/industrynews/2013/innova-top10-food-trends-2014. – Дата доступа: 01.04.2016.

4. Материалы официального сайта Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika. – Дата доступа: 02.04.2016.

5. Потребительский рынок. Сэкономили на сладком // Ведомости. – 2016. – №403. – С. 17-18.

Артишевская Кристина
студентка
Артеменко Светлана
ст. преподаватель
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»
г. Горки
Республика Беларусь

АНАЛИЗ РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Кондитерские изделия – высококалорийные и легкоусвояемые пищевые продукты с большим содержанием сахара, отличающиеся приятным вкусом и ароматом. Основным сырьем для приготовления кондитерских изделий являются продукты питания, пользующиеся неизменным спросом у покупателей (мед, фрукты, ягоды и др.).

Кондитерская отрасль является одной из ведущих отраслей пищевой промышленности в Республике Беларусь. Среднедушевое потребление кондитерских изделий составляет 30,6 килограмма на человека.

Кондитерская промышленность Беларуси производит около 700 наименований разнообразных кондитерских изделий: конфеты, шоколад, торты, печенье, халву, пастилу и прочее [1].

Потребление кондитерских изделий в Беларуси в 2014 году возросло на 12,1 % и составило 186,1 тыс. тонн.

Производство всех кондитерских изделий в Республике Беларусь в 2014 году составило 68,8 тыс. тонн (темп 99,1 %), из них 31,0 тыс. тонн (темп 100,5 %) выпустил концерн «Белгоспищепром», 16,6 тыс. тонн выработано предприятиями Департамента по хлебопродуктам (105,7 %), КУП

«Минскхлебпром» – 7,6 тыс. тонн (81,9 %), Белкоопсоюз – 3,7 тыс. тонн (87,2 %), прочие производители выпустили 9,9 тыс. тонн (106,2 %).

В период 2009–2013 средний ежегодный темп прироста производства составил 3,7 %, в 2013 – только 0,2 %.

В Республике Беларусь традиционно импорт кондитерских изделий превышает экспорт. В 2014 г. импорт продолжил восстанавливаться после падения в 2011 г. составил 54,8 тыс. тонн (+9 5 % к 2013). Экспорт уменьшился с 18,7 тыс. тонн в 2013 г. до 17,9 тыс. тонн в 2014 г. Доля экспорта в производстве снизилась до 5,9 % [2].

Согласно новой классификации Белстат в 2014 году в республике было произведено 57,5 тыс. тонн сахаристых кондитерских изделий, что на 1% меньше объема выпуска в 2013 году – 57,9 тыс. тонн [3].

В структуре и динамике потребления кондитерских изделий в Беларуси можно выявить следующие тенденции:

- увеличение потребления более дорогих групп сладостей – шоколадных изделий, комбинированного и глазурированного печенья
- снижение спроса на традиционные сладости;
- рост доли фасованных изделий
- увеличение продаж «брендированной» продукции;
- увеличение зависимости уровня продаж от объема маркетинговой поддержки.

Для потребительского рынка кондитерских изделий Беларуси также характерны: значительная концентрация производства, разработка новых видов изделий, государственное регулирование и насыщенность рынка [2].

Для повышения конкурентоспособности кондитерской продукции проводится обновление ассортимента. Ассортимент предприятий обновляется за год на 45 и более процентов. С помощью новых технологических аппаратов, обновления рецептов и идей по технике создания кондитерских изделий производятся кондитерские изделия. Также используются нетрадиционные методы приготовления сладостей, позволяющие дольше сохранить свежесть продукции и сделать ее более вкусной и привлекательной [1].

Таким образом, современное состояние кондитерской отрасли находится в состоянии роста, увеличиваются темпы производства. Главная задача на данном этапе, которая стоит перед создателями кондитерских изделий в Республики Беларусь, – изменить в противоположную сторону традиционное превышение импорта над экспортом.

Список источников литературы

1. Анализ рынков [Электронный ресурс] / Краткий обзор рынка конфетных изделий Беларуси. – Режим доступа: http:// http://marketing.by/analitika/ kratkiy-obzor-rynka-konfetnykh-izdeliy-belarusi/. – Дата доступа: 17.03.2016.

2. Кондитерская отрасль [Электронный ресурс] / Анализ кондитерских изделий. – Режим доступа: http:// http://www.uniter.by/upload/ Confectionary. pdf. – Дата доступа: 17.03.2016.

3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/. — Дата доступа: 17.03.2016.

Арцеминюк Олеся
студентка
Ватченко Олександра
к.е.н., доцент
Університет митної справи та фінансів
м. Дніпропетровськ
Україна

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасному світі суспільство від економічної спрямованості переходить до інноваційної. Інновації стають одним з основних факторів, що забезпечують економічне зростання та сприяють створенню умов для сталого розвитку. Інвестиційна діяльність держави виступає своєрідним каталізатором, який сприяє притоку інвестицій, тим самим стимулюючи розвиток економіки. Однак, за даними офіційної статистики, процеси ринкових трансформацій в Україні, які об'єктивно супроводжувалися кризовими явищами, вкрай негативно позначилися на динаміці інноваційної діяльності вітчизняних підприємств.

Аналіз інноваційної активності підприємств за 2010-2014 рр. показав, що у 2012 році рівень питомої ваги підприємств, які займалися інноваціями, досягнув найбільшого значення (17,4 %). З 2013 року цей показник почав помітно зменшуватися і в 2014 р. становив 16,1 %. Для порівняння, інноваційна складова в країнах Євросоюзу (частка інноваційно-активних підприємств) досягає 60 %, Південній Кореї і Японії – 65-67 %, США – 78 % [4].

Частка підприємств, які впроваджували інноваційну продукцію, у 2014 році становила 6,0% від загальної кількості промислових підприємств. При цьому 137 підприємств впроваджували продукцію, нову для ринку, 504 – продукцію, нову для 93 підприємства, та 164 – нові види машин, устаткування, приладів, апаратів тощо.

У більшості країн світу основними джерелами фінансування інноваційної діяльності є бюджетні кошти, що лімітуються у законодавчому порядку [3]. В Україні ж характерною ознакою є зовсім інший підхід з мінімальною участю держави. Динаміка витрат на інноваційну діяльність підприємств в Україні наведена на рисунку 1 [2].

Найбільша частка у фінансуванні інноваційної діяльності національних підприємств належить власним коштам: їх питома вага коливається в межах 52,9 % (2011 р.) до 85 % (2014 р.) Другу позицію займають інші джерела (венчурний

капітал, інноваційний кредит), які у 2011 р. мали частку 45,7 %, а з 2012 -2014 рр. відбулося стрімке їх зменшення до 8, 7 %. Фінансування з державного бюджету тривалий період знаходиться на низькому рівні, однак у 2014 році спостерігається позитивна тенденція до незначного збільшення обсягу держаного фінансування на 4,24 % порівняно з 2013 роком (0,26 %).

Рис. 1. Динаміка обсягів фінансування інновацій у 2010-2014 рр.

** дані наведені без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м.Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції..*

Загальний обсяг видатків на дослідження й розробки у ВВП (наукоємність ВВП) протягом 2000 - 2009 рр. в Україні зменшився з 1,16 % до 0,95 % (у тому числі з держбюджету 0,41 %) [1]. У 2014 р. цей показник ще знизився і становив 7695,9 млн. грн. або 0,5% ВВП .

Зарубіжний досвід свідчить що, бюджетні кошти залишаються одним із найвагоміших важелів активізації інноваційної діяльності підприємства. Наприклад, фінансування за рахунок бюджету є ключовим чинником структурних перетворень економіки США, Китаю, Індії та в європейських країнах.

Попередні роки реформ не створили необхідних умов для, інноваційного розвитку економіки, освоєння нових високих технологій, подолання структурних деформацій. Питома вага обсягів іноземного інвестування в інноваційну сферу діяльності держави є нестабільною і надзвичайно низькою. Перед державою була і є проблема підвищення інвестиційного іміджу. Для цього необхідно забезпечити політико-правову та економічну стабільність країни, яка активізує розвиток інноваційної діяльності, створить привабливий інвестиційний клімат, а також збільшить ефективність банківського кредитування, передусім за рахунок стимулювання кредитування інвестиційної діяльності.

Список використаних джерел

1.Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава: програма економічних реформ на 2010 - 2014 роки / Комітет з економічних реформ при Президентові України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.president.gov.ua/docs/Programa_ reform_FINAL_1.pdf

2. Інвестиційна діяльність в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

3 Наука та інновації в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www. ukrstat.gov.ua/ .

4. Community Innovation Survey 2006 - 2008 First Findings / Central Statistics Office / Forfás. Structural Business Statistics // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.cso.ie/-releases publications/documents/information_tech/current/comminnfirst.pdf

Бань Анастасия
студентка
Васильева Кристина
студентка
Ивашевич Ирина
ассистент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ВНЕШНИЙ ВАЛОВЫЙ ДОЛГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Сегодня экономика РБ нуждается в эффективном преобразовании. Наиболее активной и перспективной формой обновления экономики выступает государственный кредит. С его помощью государство привлекает дополнительные ресурсы для финансирования общегосударственных расходов и выполнения своих функций. Отметим, что существование государственного кредита влечет за собой возникновение государственного долга, который по виду займов может быть внутренним и внешним.

Важным показателем при характеристике внешнего долга страны является валовой внешний долг, который охватывает финансовые обязательства перед нерезидентами всех резидентов Республики Беларусь. Валовой внешний долг состоит из 5 составляющих, которые в зависимости от сроков погашения обязательств подразделяются на краткосрочные и долгосрочные (таблица 1).

Таблица 1

Валовой внешний долг Республики Беларусь по секторам экономики в 2013-2015 гг., млн. долл. США

Показатели	2013	2014	2015
Валовой внешний долг	**39621,1**	**40023,8**	**38275,0**
краткосрочный	15641,3	14524,4	13158,9
долгосрочный	23979,8	25499,4	25116,1
Сектор государственного управления	13036,2	13117,1	12970,2
Центральный банк	1299,5	2187,2	1744,6
Сектор депозитных организаций, кроме центрального банка	8214,4	7381,4	6510,1
Другие секторы	15487,6	15636,0	15359,6
Прямые инвестиции: межфирменное кредитование	1583,4	1702,1	1690,5

Примечание - Источник: собственная разработка на основе источника [1]

Из таблицы 1 можно сказать, что валовой внешний долг РБ в 2013-2015 гг. снизился на 3,4% или на 1346,1 млн. долларов США и на начало 2015 г. его сумма равна 38275,0 млн. долл. США. При этом в течение 3 лет в нем преобладают долгосрочные финансовые инструменты (их доля колеблется от 60% до 66%). Следует отметить, что в 2014 г. валовой долг РБ увеличился, а в 2015 г. сократился на 4,37% (т.к. уменьшилось использование различных краткосрочных и долгосрочных инструментов на 9,4% и 1,5% соответственно). Также на основе данной таблицы можно сделать вывод, что основными должниками перед нерезидентами других стран за данный период являются:

1) сектор органов государственного управления. В общем объеме валового долга РБ их доля составляет 33-34%. При этом обязательства сектора состоят из долгосрочных, краткосрочная задолженность наблюдалась лишь в 2013 г. и составила всего 3,4% от долга данного сектора. Таким образом, валовой долг сектора органов государственного управления снизился на 0,5% за счет прекращения использования краткосрочных финансовых инструментов.

2) сектор депозитных организаций, кроме центрального банка. Обязательства данного сектора в 2015 г. составили 17,0%, что на 3,7% меньше чем в 2013 г. В долге сектора преобладают долгосрочные финансовые инструменты, доля которых за исследуемый период увеличилась на 4,3%, и на конец 2015 г. составила 66,4%. Отметим, что на снижение долга данного сектора на 20,8% повлияло уменьшение применения различных долгосрочных и краткосрочных финансовых инструментов на 15,3% и 29,7% соответственно.

3) Национальный банк РБ. Доля обязательств центрального банка в 2015 г. равна 4,6%, что на 1,3% больше чем в 2013 г. Отметим, что на 01.01.2014 г. краткосрочные финансовые инструменты составляли 2/3 долга данного сектора, а на 01.01.2016 г. они равны 1/3 долга. Однако, краткосрочные обязательства снизились лишь на 33,5%, а долгосрочные вырос почти в 2,5 раза. Поэтому, долг данного сектора вырос на 34,3% за счет значительного увеличения применения долгосрочных финансовых инструментов.

4) другие секторы. Обязательства этих секторов за последние 3 года уменьшились на 0,8% и на 01.01.2016 г. они равны 15359,6 млн. долл. США или 40,1% от валового внешнего долга страны. При этом, в данных секторах преобладает использование краткосрочных инструментов, которое за 2013-2015 гг. снижается на 9,9% и на начало 2016 г. их доля составляет 57,0%. Тем не менее, использование долгосрочных финансовых инструментов увеличилось на 14,4%. В связи с этим, долг данного сектора остался почти на том же уровне.

За исследуемый период межфирменное кредитование занимало малую долю в валовом внешнем долге. На начало 2015 г. она увеличилась на 0,4% и равна 4,3%. Сумма прямых инвестиций выросла на 6,8% и на 1 января 2016 г. она составляет 1690,5 млн. долл. США.

Для изучения последствий снижения или увеличения долга того или иного сектора рассмотрим относительные показатели валового внешнего долга Республики Беларусь, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2

Относительные показатели внешнего долга Республики Беларусь за период в 2013-2015 гг., %

Показатели	Пороговое значение	2013	2014	2015
Валовой внешний долг / ВВП	50	54,4	52,7	69,7
Валовой внешний долг / экспорт товаров и услуг	200	90,0	92,4	116,6
Обслуживание валового внешнего долга / экспорт товаров и услуг	25	14,0	25,6	23,6

Примечание - Источник: собственная разработка на основе источника [2]

По оценкам Всемирного банка, к числу государств, считающихся несущими тяжёлое бремя внешних долгов относятся те страны, у которых три основных показателя превышают пороговое значение в среднем в течение трех лет. Отношение валового внешнего долга к ВВП в 2013-2015 гг. превышает пороговое значение на 4,4%, 2,7%, 19,7% соответственно и на 01.01.2016 г. оно равно 69,7%. Отношение валового внешнего долга к экспорту товаров и услуг в 2013-2015 гг. не превышает установленного порогового значения. Отметим, что за 3 года данное отношение увеличилось на 29,6% и в 2015 г. оно составило 116,6%. Отношение обслуживания валового внешнего долга к экспорту товаров и услуг превысило пороговое значение лишь в 2014 г. на 0,6%. Следует отметить, что за последние 3 года значение данного показателя увеличилось на 68,6%.

Таким образом, анализ валового внешнего долга Республики Беларусь позволил выделить следующие проблемы его развития: превышение отношения валового внешнего долга к ВВП в 2013-2015 гг. над пороговым значением, установленным МБРР и значительный рост отношения валового внешнего долга к экспорту товаров и услуг.

Для решения данных проблем государство должно уделить много внимания вопросам управления валовым внешним долгом – оптимизации его структуры и стоимости обслуживания. Этому содействует реализация комплекса мер по составлению дефицита текущего счета платежного баланса, стабилизации инфляции, поддержанию гибкого валютного курса, росту золотовалютных резервов, развитию внутреннего финансового рынка.

Реализация Концепции управления валовым внешним долгом РБ позволит эффективно контролировать и поддерживать его размеры в рамках, обеспечивающих минимизацию рисков и приемлемый уровень экономической безопасности страны. Согласно Концепции, регулирование внешних заимствований невозможно без прогнозирования социально-экономических процессов и оценки уровня и качества внешних заимствований в перспективе. С учетом данных мониторинга, на основе прогноза операций платежного баланса РБ и данных о валовом долге должны осуществляться прогнозирование валового внешнего долга с разбивкой по секторам экономики и его анализ на предмет соответствия установленным критериям безопасности [3].

Список использованных источников

1. Национальная страница сводных данных [Электронный ресурс] / НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАТИСТИЧЕСКИЙ КОМИТЕТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ. – Национальный статистический комитет Республики Беларусь, 1998-2014. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ssrd-mvf/ssrd-mvf_2/natsionalnaya-stranitsa-svodnyh-dannyh/. - Дата доступа: 09.11.2015.
2. Валовой внешний долг Республики Беларусь [Электронный ресурс] / НАЦИОНАЛЬНЫЙ БАНК РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ. – Национальный банк Республики Беларусь, 2000-2015. – Режим доступа: http://www.nbrb.by/statistics/externaldebt/. - Дата доступа: 23.11.2015.
3. Об утверждении Концепции управления валовым внешним долгом Республики Беларусь и плана мероприятий по ее реализации: Указ Президента Респ. Беларусь от 06.05.2011 № 574/12: с изм. и доп.: текст по состоянию на 24 марта 2016 г. // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

Барановський Микола
д.г.н., професор
Ніжинський державний університет
імені Миколи Гоголя
м. Ніжин
Україна

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЕКОНОМІКИ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК ОДИН ІЗ ВИЗНАЧАЛЬНИХ НАПРЯМКІВ АКТИВІЗАЦІЇ ЇХНЬОГО РОЗВИТКУ

У широкому трактуванні аграрний сектор складається із двох головних підрозділів – сільського господарства та сільських територій. Аналіз особливостей розвитку аграрного сектора у радянський період свідчить про те, що головна увага приділялася першому структурному підрозділу, а проблеми сільського соціуму розглядалися лише у контексті забезпечення аграрного комплексу робочою силою. Таке ставлення до сільських мешканців, поряд з існуючими відмінностями в умовах життя між містом і селом, обмеженістю ринку праці зумовлювали швидкі темпи відтоку молоді із сільської місцевості. Наслідком помилок в аграрній політиці стали складна демографічна ситуація на селі, знелюднення сільських поселень, швидке старіння сільських мешканців, формування негативного іміджу сільських територій як місця, несприятливого для проживання та самореалізації особистості. На жаль, у перші пострадянські часи політика ігнорування інтересів сільських територій продовжилася, що знайшло відображення у кількох нормативно-законодавчих актах, цільових програмах ніби-то підтримки сільської місцевості. В останні роки на рівні

науковців, управлінців та експертів пріоритетною стала політика сільського розвитку, яка ґрунтується на концепції багатофункціональності села.

Аналіз динаміки розвитку різних структурних частин аграрного сектора Чернігівської області свідчить про, що як і в попередні роки, основою сільської економіки регіону залишається аграрна сфера. Останнім часом у ній відбулися і надалі тривають вагомі зміни галузевого та територіального характеру, які мають вплив на розвиток сільських територій. Водночас слід зауважити, що попри різну динаміку, масштаби і темпи розвитку аграрного виробництва у різних частинах області, рекордні збори зернових, сільські території як і раніше потерпають від депопуляції, безробіття, міграційного відтоку населення, деградації соціальної інфраструктури та поселенської мережі. Це свідчить про те, що традиційні види економічної діяльності села практично вичерпали свій ресурс, а тому пошук шляхів активізації розвитку сільських територій тісно пов'язують з позааграрними видами діяльності. Зазначений підхід не означає, що ми маємо зовсім відмовитися від сільського господарства. Немає сумнівів у тому, що аграрна сфера і надалі буде головним сегментом сільської економіки Чернігівської області, особливо у південних районах регіону, проте необхідно максимально активізувати розвиток альтернативних видів економічної діяльності на селі. Про необхідність такого кроку зазначається як у нормативно-законодавчих актах і цільових програмах розвитку села, так і в роботах багатьох науковців [1, 2]. На формування у сільській місцевості своєрідних полюсів соціально-економічного розвитку слід очікувати і після остаточної реалізації адміністративно-територіальної реформи.

Зважаючи на особливості географічного положення, природно-ресурсний потенціал Чернігівської області, стан демографічної ситуації та поселенської мережі регіону, структуру її економіки, оптимальними для активізації розвитку сільських територій цього регіону слід вважати такі види діяльності: 1. Аграрна сфера. 2. Сільський зелений туризм. 3. Транскордонне співробітництво. 4. Народні промисли. 5. Підприємництво.

Як уже зазначалося, на найближчу перспективу основу сільської економіки районів Чернігівської області буде складати аграрна сфера. Головним виробником аграрної продукції у регіоні є селянські господарства. Особливо висока питома вага їх у північних районах області, де такі господарства є формою виживання сільських мешканців. При цьому вони характеризуються надзвичайною стійкістю до негативних впливів, різноманітністю та спроможністю до адаптації. За таких обставин одним із пріоритетних напрямків розвитку аграрної сфери є створення селянських господарств товарного типу, діяльність яких зорієнтована на продаж продукції. Перспективним є також формування у сільських громадах кооперативів різного типу (обслуговуючих, комунально-побутових, садово-городніх тощо), пов'язаних насамперед із переробкою молока та м'яса. Такий підхід посилить конкурентні можливості селянських господарств на ринку продовольства, особливо у контексті жорстких

вимог до якості продукції з боку потенційних споживачів у країнах ЄС, а також сприятиме зростанню доходів сільських мешканців.

Не менш актуальним завданням є стимулювання розвитку фермерських господарств, зростання їх ролі та значущості не лише у виробництві аграрної продукції, а й у підтримці сільського соціуму та збереженні поселенської мережі. Регіональні органи влади мають створити привабливі умови для розвитку фермерства, насамперед, у північних районах області, куди через несприятливі природні передумови не приходять потужні агрохолдинги. Ще одним перспективним напрямком у складі аграрної сфери є стимулювання виробництва екологічно чистої продукції. На території області уже зареєстровано кілька господарств такого типу, які успішно розвиваються.

Серед позааграрних видів діяльності особливу роль у порятунку сільських територій науковці та практики відводять сільському зеленому туризму. Його розвиток у більшості європейських країн якраз і був зумовлений пошуком нових, позааграрних видів діяльності на селі, оскільки забезпечити сталий розвиток сільських територій у рамках традиційної сільської економіки практично неможливо. Чернігівщина володіє сприятливими передумовами для розвитку даного виду економічної діяльності (природно-ресурсний потенціал, значний житловий фонд на селі, відносна дешевизна харчування та проживання тощо), у регіоні уже функціонують обласна асоціація та кілька відомих осередків сільського зеленого туризму. Є, безперечно, і негативні моменти, як-то: невизначеність нормативно-законодавчої бази, низька якість житлового фонду та доріг, низькі доходи населення. Перевага сільського зеленого туризму, порівняно з іншими видами позааграрної економіки, полягає у його комплексному впливові на розвиток сільських територій. Це і розширення можливостей для реалізації сільськогосподарської продукції, і покращання благоустрою сільських поселень, і розширення зайнятості сільського населення, і додатковий заробіток для сільських мешканців. Не ставлячи під сумнів доцільність розвитку цього виду сільської економіки варто зауважити, що його не слід розглядати як панацею від вирішення усіх проблем села.

Чернігівщина є прикордонним регіоном, що створює певні можливості для активізації розвитку тих сільських поселень, які або безпосередньо прилягають до кордону, або розміщуються у контрольно-пропускних пунктах чи на транспортних комунікаціях. Можна окреслити кілька позитивних для розвитку сільських територій моментів, які виникають у результаті використання переваг транскордонного співробітництва: 1) розширення ринку праці сільського населення; 2) диверсифікація функцій сільських територій; 3) збільшення доходів сільських мешканців; 4) зростання підприємницької активності населення; 5) формування у сільських районах «полюсів економічного зростання».

Народні промисли є одним із різновидів підприємницької діяльності населення. На Чернігівщині зберігаються давні традиції та школи, пов’язані з виробництвом лозових виробів, вишиванням, ткацтвом, гончарством. Розвиток

народних промислів не носить масового характеру. Йдеться лише про окремі центри, проте такий вид діяльності є добрим прикладом для наслідування, для усвідомлення можливостей самореалізації населення навіть у сільській місцевості.

Стимулювання підприємницької діяльності належить до традиційного переліку заходів про які згадують, коли йдеться про активізацію розвитку будь-яких територій, а не лише сільських. У сільській місцевості є досить широке поле для розвитку підприємницької діяльності, починаючи від торгівлі чи побутового обслуговування, і завершуючи наданням консультацій щодо організації власного бізнесу.

Проблема стимулювання розвитку сільських територій з метою перетворення їх на комфортне місце для проживання населення не втрачає своєї актуальності. Розв'язанню проблем сільського розвитку має посприяти «Єдина комплексна стратегія розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015-2020 рр.», проект якої розроблено за ініціативи Міністерства агарної політики України.

Список використаних джерел

1. Барановський М.О. Наукові засади суспільно-географічного вивчення сільських депресивних територій: монографія / М.О. Барановський. – Ніжин: ПП Лисенко М.М., 2009. – 396 с.

2. Теорія, політика та практика сільського розвитку: монографія /за ред. О.М. Бородіної та І.В. Прокопи. – Київ: Інститут економіки і прогнозування НАН України, 2010. – 376 с.

Баус Мария
студент
Сырямкин Владимир
д.т.н., профессор
Национальный исследовательский Томский государственный университет
г. Томск
Россия

ПРИМЕНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ СИСТЕМНОГО АНАЛИЗА ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ МАЛЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Руководитель должен на интуитивном уровне понимать какое действие следует предпринять в той или иной ситуации для обеспечения выгодного решения для предприятия. При таком подходе объяснить, а тем более, научить кого-то использовать системный подход для нахождения и принятия нужных решений крайне затруднительно. Сейчас огромную роль играет для успешного предприятия это степень устремления на понятие «системный подход».

При описании системного подхода из-за слишком большого количества факторов, влияющих на состояние системы, в основном все сводится к интуиции.

Любая компания представляет собой систему. Поэтому для управления компанией необходимо понимать, что такое система, знать основные законы существования систем, уметь применять эти знания на практике. Только тогда управление будет эффективным. Именно системный подход, рассматривающий объект управления, как систему и позволяет управлять эффективно.

Под системой понимается совокупность взаимосвязанных элементов, удовлетворяющая нескольким условиям:

- система определяется целью функционирования;
- взаимосвязь между элементами в системе превосходят по интенсивности связи выбранных элементов с элементами, не входящими в состав данной системы;
- система обладает эмерджентностью, т.е. имеет свойства неприсущие ни одному элементу системы в отдельности;
- система имеет иерархичную структуру, она состоит из элементов, которые в свою очередь сами могут быть подсистемами, и сама является элементом внешней надсистемы.

Применение системного анализа начинается с уточнения и формулирования целей конкретной системы управления (компания или структурное подразделение) и поиска метрик эффективности, которые должны быть выражены в виде определенного и ярко выраженного показателя бизнес процесса. На практике компаний, состоящих из одного основного моно бизнес процесса, не существует, поэтому для формирования общей картины деятельности предприятия необходимо и достаточно выделить 5-8 основных бизнес процессов предприятия, которые наиболее полно охватывают всю созидательную деятельность структур и подразделений предприятия. На рисунке 1 изображена модель структуры предприятия.

Программа системного анализа должна в себя включать следующие основополагающие разделы, требующие системного подхода и анализа:

- всё предприятие в целом;
- тип производства, его технические и экономические характеристики;
- структурные подразделения и отделы предприятия, выпускающие продукцию
- вспомогательные и обслуживающие подразделения;
- системы менеджмента качества предприятия;

Основные задачи системного подхода к управлению предприятием могут быть представлены в виде трехуровневого дерева функций – декомпозиция, анализ, синтез.

Первый этап обеспечивает общее представление о системе, на данном этапе осуществляются:

1. Определение и декомпозиция общей цели и задач исследования, основных функций системы [8].

2. Вычленение системы из общей среды по критерию участия каждого вовлеченного элемента в процесс, приводящее к успешному конечному результату на основе анализа системы как составного элемента надсистемы.

3. Описание воздействующих факторов, тенденций развития, неопределенностей различного рода, системы типа «черного ящика [10].

4. Функциональная (по функциям), компонентная (по виду элементов) и структурная (по виду отношений между элементами) декомпозиции системы.

На данном этапе анализа, обеспечивающем формирование детальных представлений о системе, реализуется функционально-структурный анализ функционирующей на данный момент системы, позволяющий сформулировать требования к реализуемой новой системе, морфологический и генетический анализ, анализ аналогов и эффективности (по результативности, оперативности, ресурсоемкости), а также формирование требований и критерий к создаваемой системе, а также наличие ограничений системы [1].

На этапе синтеза осуществляются:

1. Разработка математической модели требуемой системы.

2. Синтез альтернативных структур и параметров системы, снимающей проблематику ситуации.

3. Оценка вариантов разрабатываемой системы [2].

В заключении хочется отметить, что только правильный системный подход к управлению предприятием, основанный на системном анализе и описании всех бизнес процессов, может дать свои положительные «плоды» в виде совершенствование информационности, функциональности и эффективности бизнес процессов, повышение эластичности предприятия к внешнему воздействию без существенных потерь, разработок более мобильных и эффективных организационных структур. Данные меры и принципы реализации данного подхода, представленные в статье, существенно повысят эффективность управления предприятием и функционирования не только на уровне руководства, но и в отдельно взятых подразделениях, и отделах.

Литература

1. Анфилатов, В.С. Системный анализ в управлении: учеб. пособие / В.С. Анфилатов и др. ; под ред. А.А. Емельянова. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 368 с.

2. Берталанфи Л. Фон. История и статус общей теории систем / Берталанфи Л. Фон // Системные исследования: ежегодник. – М. : Наука, 1973. – С. 20 – 37.

3. Берталанфи Л. Фон. Общая теория систем: критический обзор / Берталанфи Л. Фон // Исследования по общей теории систем. – М. : Прогресс, 1969. – С. 23 – 82.

4. Богданов, А.А. Всеобщая организационная наука: тектология: в 2 кн. / А.А. Богданов. – М., 1905 – 1924. 8. Волкова, В.Н. Основы теории систем и системного анализа: учебник для вузов / В.Н. Волкова, А.А. Денисов. – 3-е изд. – СПб.: Изд-во СПбГТУ, 2003.

5. Моисеев, Н.Н. Математические задачи системного анализа / Н.Н. Моисеев. – М. : Наука, 1981.

6. Оптнер, С. Системный анализ для решения деловых и промышленных проблем / С. Оптнер. – М. : Советское радио, 1969. – 216 с.

7. Теория прогнозирования и принятия решений / под. ред. С.А. Саркисяна. – М. : Высшая школа, 1977. – 351 с.

8. Афанасьев В.Г. Системность и общество. М., 1980.

Баус Станислав
магистрант
Сырямкин Владимир
д.т.н., профессор
Национальный исследовательский Томский политехнический университет
г. Томск
Российская Федерация

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СИСТЕМА ДЛЯ АНАЛИЗА МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ РЕГИОНА И СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

В наш век информационных технологий, когда информатизация проникла во все сферы жизни современного общества (экономические, политические, социальные), подменяя их, помогая им развиваться, являясь при этом сопутствующим и одновременно неотъемлемым средством предоставления и анализа информации. Необходимо отчетливо понимать, что без применения автоматизированных и информационных технологий невозможно организовать четкое слаженное функционирование сложной системы.

Рассматривается использоразработанное вопрос использования методов системного анализа и математико-картографического моделирования при разработке стратегии регионального управления [1].

Современные тенденции развития информационного общества заставляют постоянно отслеживать и обрабатывать большой объем информации. Для оперативного принятия эффективных управленческих решений необходимо применять геоинформационные систем. Разработанное программное обеспечение позволяет решать следующие задачи:

- объединение разрозненных данных, представленных в разных форматах, в единую структуру;
- наглядное отображение информации для повышения эффективности восприятия данных;
- повышение достоверности информации при обработке данных из нескольких источников;
- оперативное отображение информации за счет автоматизации обработки данных;
- комплексная оценка текущей ситуации;

- отображение динамики развития текущей ситуации при сравнении показателей предыдущих периодов;
- моделирование развития событий и прогнозирование показателей с учетом воздействия внешних факторов;
- трехмерное моделирование критически важных объектов, природных и техногенных опасных ситуаций;
- поэтажное моделирование и отображение объектов;
- снижение управленческих рисков при принятии решений и корректировке текущей ситуации за счет целостного понимания развития процессов;
- эффективность исполнения и контроль поставленных задач при оперативном обмене данными и автоматизации процессов отображения результатов.

Для решения этих задач был разработан комплекс программ базовой геоинформационной платформы. Каждый ее компонент в целом и в частности отвечает самым современным требованиям и тенденциям в области применения геоинформационных систем. В платформе используются:

- стандарты хранения, передачи и обработки данных OpenGIS, рекомендуемые OGC;
- клиент-серверные и мобильные технологии;
- широко распространенные форматы данных (ESRI SHP, MapInfo TAB/MIF/MID …), распространенные СУБД (ORACLE, PostgreSQL, MSSQL, и другие), а также собственные защищенные хранилища данных и протоколы их передачи между компонентами платформы;
- данные дистанционного зондирования Земли отечественного производства;
- мультиплатформенность серверных и клиентских частей, а также масштабируемость и гибкость конфигурирования серверной части в зависимости от конкретных решаемых задач и планируемых нагрузок.

Для изучения такого объекта нужна пространственная информация, или геоданные. Для эффективной обработки геоданных как управленческой информации нужны геоинформационные системы. В управлении разделяют «мягкие» и «жесткие» факторы. «Жесткие» факторы поддаются количественной оценке и характеризуют детерминированные процессы [2]. «Мягкие» факторы трудно поддаются количественной оценке и характеризуют чаще среду и ситуацию, в которой находится объект управления ОУ. Для использования «мягких» факторов управления необходимо применение методов геоинформатики как средства визуализации этих факторов [2].

В программном продукте раскрыты особенности геостатистической оценки, включающей качественное и количественное оценивание. В аналитической части системы реализован принцип системного анализа и моделирования.

Первый этап обеспечивает общее представление о системе, на данном этапе осуществляются:

1. Определение и декомпозиция общей цели и задач исследования, основных функций системы, как ограничение траектории в пространстве состояний системы или в области допустимых ситуаций [3].

2. Вычленение системы из общей среды по критерию участия каждого вовлеченного элемента в процесс, приводящее к успешному конечному результату на основе анализа системы как составного элемента надсистемы.

3. Описание воздействующих факторов, тенденций развития, неопределенностей различного рода, системы типа «черного ящика.

4. Функциональная (по функциям), компонентная (по виду элементов) и структурная (по виду отношений между элементами) декомпозиции системы.

На этапе синтеза осуществляются:

1. Разработка математической модели требуемой системы [3].

2. Синтез альтернативных структур и параметров системы, снимающей проблематику ситуации.

3. Оценка вариантов разрабатываемой системы (обоснование схемы оценки, реализация модели в реальных условиях, проведение мер по оценке и обработка результатов оценивания, анализ результатов) [4].

Рис. 1. Структура информационной поддержки отраслевого управления

Данное программное обеспечение позволяет не только в автоматическом режиме выявлять места, требующие управленческого вмешательства, давать подсказки и предложения, но и разрабатывать документы стратегического планирования на основании текущей ситуации, статических данных, тенденций прошлых лет. Данное программное обеспечение позволяет повысить качество

анализа состояния сложной системы, решать практические задачи по размещению ресурсов или анализу эффективности их размещения, принятия эффективные управленческие решения, реализация принципов стратегического планирования в автоматизированном интерактивном режиме, что в целом повышает эффективность управления.

Библиографический список

1. Казанцев Э.Ф. Технологии исследования биосистем. М.: Машиностроение, 1999. 177с.
2. Закалкина Е.В., Еремеева Н.П. Использование математико-картографического моделирования при разработке стратегии регионального управления // Сборник статей V Международной научно-практической конференции «Управление в социальных и экономических системах». – Пенза: РИО ПГСХА, – 2007. С.101-102
3. Тикунов В.С., Цапук Д.А. Устойчивое развитие территорий: картографо-геоинформационное обеспечение. – Москва-Смоленск: Изд-во СГУ, 1999. – 176с.
4. Демидов К.В., Духанов А.В. Анализ и прогноз бюджетных и социально-экономических процессов региона. Электронный ресурс: http://www.vpti.vladimir.ru.

Беккулиева Бахыт
к.т.н., доцент
Университет Нархоз
г. Алматы
Республика Казахстан

РОЛЬ CRM- КОНЦЕПЦИИ В УПРАВЛЕНИИ СБЫТОМ

CRM – это относительно новое явление в управлении продажами и маркетинге компании, применяется для автоматизации деятельности большого числа компаний.

CRM-концепция – Customer Relationship Management (Управление Взаимоотношениями с Клиентом) сегодня стала важным инструментом и все активнее применяется в управлении сбытом. Данный IT-продукт получил особое распространение на предприятиях торговли, у которых обычно присутствует широкий круг контрагентов – покупателей, поставщиков товара. Этот подход предполагает заботу о каждом конкретном потребителе на протяжении всего периода взаимодействия. Собираемая и обрабатываемая информация о клиенте (например, история его покупок, потребности и предпочтения), используется для того, чтобы более точно специфицировать предложения конкретному клиенту, которые с большой долей вероятности могут быть им приняты.

Внедрение CRM-решений открывает разнообразные возможности для анализа и укрепления хороших взаимоотношений между бизнес-партнерами.

Данные о клиентах, подрядчиках, поставщиках и других контрагентах организации вносят в единую базу, которая является частью программы управления взаимоотношениями с клиентами и может использоваться в торговле и других сферах.

Применение программы на практике – это функциональный, современный и эффективный подход к ведению управленческой деятельности. С помощью систем управления взаимоотношениями с клиентами можно хранить сведения о каждом этапе сотрудничества с контрагентами. Кроме того, в автоматическом режиме они позволяют оценивать результаты совершенных сделок.

Со временем подобные системы обогатились внедрением функции управления возможностями, что на практике означало поддержку тактики и методологии продаж, принятой в данной компании, а также возможность взаимосвязи с другими подразделениями компании, например службой клиентской поддержки

При внедрении CRM предприятиям необходимо обратить внимание на то, что накопленные данные о клиентах и работе менеджеров являются лишь частью маркетинговой информации, необходимой для принятия решений. Важно не только зафиксировать количество контактов с определенными клиентами, но и оценить, как оно влияет на последующие продажи. Необходимо анализировать, как рекламная кампания, действия конкурентов, ценовая политика и пр. повлияли на количество обращений в вашу коммерческую службу. При этом следует выявить, кто эти клиенты, какая часть предлагаемого ассортимента им наиболее интересна и многое другое. При выборе и внедрении CRM-системы следует обратить внимание на ее аналитические функции и возможность интеграции с другими данными.

Действительно хорошие и функциональные приложения обеспечивают:

- улучшение эффективности работы организации,
- оперативность и простоту постановки задач для подразделений сбыта (использование систем делает более эффективным управление взаимоотношениями с клиентом и увеличивает скорость реализации многих процессов),
- полную конфиденциальность и сохранность данных о клиенте,
- оперативный поиск наиболее оптимальных решений,
- налаживание взаимовыгодных партнерских отношений.

Ключевая роль в реализации CRM-концепции отводится информационным технологиям. Для достижения основных целей CRM необходимо выполнение четырех основных задач:

1. Идентификация клиента - для того, чтобы ценность клиента для компании повысилась со значительной долей вероятности, компания должна составить представление о нем, основываясь на данных каналов маркетинга, событиях и истории взаимоотношений.

2. Дифференциация клиентов - каждый клиент должен представлять особое значение для компании и со своей позиции иметь право предъявлять к компании свои особые запросы и требования.

3. Взаимодействие с клиентом - клиенту нужны перемены. С позиций CRM важна долгосрочная выгода от сотрудничества с клиентом, поэтому компании нужно постоянно иметь представление о клиенте. Задача программы CRM - отслеживать предпочтения и потребности клиента.

4. Персонализация - процесс, при котором каждый из клиентов должен оцениваться как уникальная единица и обслуживаться соответственно этому постулату. Посредством этого процесса можно регулировать степень приверженности клиента компании.

Среди принципиальных выгод от внедрения CRM-системы особо можно выделить следующие :

- расширение возможностей компании по привлечению новых клиентов и удерживанию уже приобретенных.
- повышение ценности клиента для компании.
- повышение уровня услуг без привлечения дополнительных расходов на эту задачу.

Процесс реализации потенциальных выгод требует строгой координации взаимодействия подразделений отвечающих за продажи, маркетинг и клиентское обслуживание.

CRM-технологии состоят из двух частей: операционные и аналитические . Операционные CRM-технологии в основном относятся к тем товарам, услугам и операционным возможностям, которые позволяют организации «заботиться о своих клиентах». Центры обслуживания клиентов, системы агрегирования данных, веб-сайты - это только некоторые из примеров.

Задача операционных CRM-технологий состоит в том, чтобы объединять людей, процессы и технологии, используя в качестве главного ориентира пожелания и потребности клиентов. Другими словами, операционные CRM-технологии должны направлять бизнес-процессы и операции на клиента. Задача аналитических CRM-технологий должна состоять в развитии способности компании проникнуть в суть потребностей своих клиентов.

Аналитические CRM-технологии относятся к стратегиям и механизмам, которые управляют бизнес-решениями, ориентированными на клиента.

Успех применения CRM-концепции зависит от того, как будет создаваться и развиваться стратегия улучшения обслуживания клиентов. Стратегия должна быть практичной, относительно простой и легко объяснимой. И, если позволяют особенности организации, неплохо было бы назначить заведующего работой с клиентами. Например, если стратегия бизнеса требует обширного использования Интернета, то стратегия работы с клиентами должна включать создание хорошей службы клиентского сервиса по сети.

Таким образом, CRM – это практичный, хороший и удобный способ оптимизации процессов предприятия, экономящий время и усилия его сотрудников.

С помощью программ такого плана можно сегментировать и прогнозировать действия контрагентов, получая требуемые данные оперативно и с максимальной точностью. Системы управления взаимоотношениями с клиентами позволяют находить наиболее эффективные схемы взаимодействия с контрагентами, в частности и в торговой сфере.

Список использованных источников

1. Шашкин А. Фокус-группы онлайн! Новые технологии маркетинговых исследований // http://www.4p.ru/main/theory/2013/
2. Маркетинг в социальных медиа. Интернет-маркетинговые коммуникации: учебное пособие / ред. Л. А. Данченок. - СПб.: Питер, 2013. - 288 с.: ил. - (Стандарт третьего поколения).
3. Вирин Ф.Ю. Интернет-маркетинг. Полный сборник практических инструментов. – М.: Эксмо, 2010. – 160 с.: [электронный ресурс].
4. http://seojedi.ru/uslugi/upravlenie-reputatsiejj-v-poiskovykh-sistemakh/
5. http://ragb-spb.livejournal.com/11190.html

Богданович Светлана
студент
Трухоновец Елена
ассистент
Полесский Государственный Университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР В ПОСТКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД

Неуклонное укрепление отечественной экономики, усиление ее социальной направленности, ориентация на создание благоприятных условий для достойной жизни и свободного развития каждого гражданина страны выдвигают необходимость ее расширения и постоянного совершенствования. Успешное решение этой сложной и многоаспектной проблемы во многом зависит от устойчивого развития предпринимательских структур, играющих значительную роль в данной области национального хозяйства.

Произошедшие за последние годы изменения в экономике Беларуси свидетельствуют о применении неэффективных методов и моделей построения рыночных отношений. При этом основные проблемы связаны с формированием новых механизмов реализации процессов развития предпринимательства, структурной, договорной, инвестиционной политики и т.п. Весьма актуальным в сложившихся условиях становится вопрос развития малого

предпринимательства в отдельных отраслях народного хозяйства, которая призвана выполнять социально-экономические функции; обеспечить сбалансированность спроса и предложения на рынке услуг; создавать новые рабочие места; решать сложный комплекс социально- экономических задач развития территорий. Особенностью развития является короткий жизненный цикл предпринимательских структур, что требует постоянного наращивания их количества, а также повышения эффективности и устойчивости.

С данной точки зрения будущее предпринимательских структур напрямую зависит от совершенствования механизмов, форм и методов управления развитием, включением в систему элементов инфраструктуры или функций, требующихся для решения названной задачи. Реализация данного положения в определенной степени сдерживается недостаточным теоретическим и методическим обеспечением процесса функционирования и развития предпринимательских структур, отвечающей закономерностям современной рыночной экономики и особенностям конкретного региона.

Развитие предпринимательства в условиях рынка требует от субъектов ориентации на максимально полное удовлетворение потребностей потребителей, совершенствования товарно-денежных отношений, повышения качества жизни населения. В этой связи эффективность предпринимательской деятельности сопровождается расширением их социально-экономического содержания и появлением новых факторов функционирования и развития.

Существенная значимость решения вопросов генезиса теории и практики функционирования предпринимательских структур, разработки методического инструментария оценки и формирования направлений развития в условиях рынка, обусловила актуальность тематики данного исследования.

По нашему мнению, любая отрасль народного хозяйства представляет собой сложную систему, обеспечивающую непрерывное обращение произведенных благ (товаров и услуг), включающее их доставку, хранение и реализацию, в целях удовлетворения спроса потребителей.

Среди условий, формирующих предпринимательские структуры, можно выделить следующие: уровень развития инновационной деятельности в конкретном регионе; сырьевой потенциал; уровень спроса на различные виды услуг; уровень рыночных цен; уровень льгот и дотаций; налоговая политика.

Микроэкономические функции малого предпринимательства заключаются в том, что оно:

- демонстрирует независимость, инициативность, свободу действия, специфические формы материального стимулирования работников, неформальный характер управления, что способствует высокой эффективности использования ресурсов, принятия и реализации управленческих решений;
- способно быстро приспосабливаться к изменению условий и обстоятельств рыночной конъюнктуры, потребностям в услугах и товарах, желаниям, симпатиям потребителя;

- сегментирует рынок, зачастую ориентируется на производство товаров и услуг узкого потребительского спроса или требующих сжатых сроков доведения их до потребителя;

- имеет возможности для эффективного расширенного воспроизводства и одновременно дает гарантию того, что его владелец сможет выгодно продать свое дело, переориентировав капитал на другие перспективные отрасли;

- играет важную роль в деятельности крупных корпораций, поскольку занимается поставкой товаров и услуг, сбытом продукции, обслуживанием их инфраструктуры и производственной базы и т.д.

Таким образом, в условиях рыночных отношений эффективное функционирование малых предпринимательских структур определяется уровнем выполнения основных функций, которые непосредственно связаны с целевой ориентацией отраслей народного хозяйства.

Список использованных источников

1. Бодди, Д., Пэйтон, Р. Основы менеджмента / Д. Бодди, Р. Пэйтон; пер. с англ. Ю. Каптуровский, Ю. Писаренок / под ред. Ю.А. Каптуровского. –СП-б.: Питер,1999. - 816 с.

2. Ефремов В.С. Стратегическое управление в контексте организационного развития/ Ефремов В.С.[Электронный ресурс]- Режим доступаhttp://www.cfin.ru/ - Дата доступа: 20.02.2016

3. Викторова Т.С. Бенчмаркинг/Московский государственный индустриальный университет. Филиал в г. Вязьме, Образовательный сайт Викторовой Т.С./ [Электронный ресурс]- Режим доступа: http://www.viktorova-ts.ru – Дата доступа: 20.02.2016

Вакулина Вера
студентка
Чмыр Николай
ст. преподаватель
Полесский государственный университет
г.Пинск
Республика Беларусь

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В современных условиях одним из важнейших направлений развития экономики страны является развитие транспортной логистики. Как правило, правильно построенные логистические центры поставок сокращают транспортные затраты, которые отражаются на цене товаров. Особенно это важно для повышения спроса на продукцию, экспортируемую из республики.

Повышение эффективности транспортного процесса требует новых подходов к организации перевозок, что привело к появлению транспортной логистики.

Ежегодно через территорию Беларуси проходит более 100 млн.т европейских грузов. В то же время транспортный потенциал Беларуси до конца не реализован: транспортные коридоры республики имеют загрузку не более чем на 25-40% от их реальной пропускной способности. Зарубежные компании-перевозчики заинтересованы в перевозке грузов через территорию страны с учетом насыщенного грузопотока между Европой и Россией. С целью развития транспортных связей внутри Республики Беларусь и с иностранными государствами Министерство транспорта и коммуникаций планирует внедрение инновационных технологий и современного подвижного состава.

Основная задача транспортной логистики – это максимально быстро доставить груз в нужную точку, по оптимальному маршруту, с наименьшими издержками.

Транспорт должен обладать способностью перевозить небольшие партии грузов через короткие интервалы времени в соответствии с меняющимися запасами пользователя. В качестве критериев при выборе транспортных средств принимают сохранность грузов, наилучшее использование их вместимости и грузоподъемности и снижение затрат на перевозку.

В производственной сфере используются все основные виды транспорта: автомобильный, железнодорожный, водный, трубопроводный и воздушный.

Создание транспортно-логистических центров позволяет повысить эффективность использования транспортной инфраструктуры. К основным функциям ТЛЦ относятся обработка и хранение грузов, перевалка на другие виды транспорта, таможенная очистка и оформление, информационная поддержка.

По состоянию на январь 2015 г. в Республике Беларусь функционировали 34 логистических центра. Из них: 4 логистических центра создано в Бресте и 1 в Барановичах Брестской области, 1 – в Гомеле, 23 – в Минском районе, в Минской области – 5, например, РУП «Белтаможсервис» (в Минске и Гомеле), ООО «ИнтерСтройПортал Плюс», ИООО «Логистический центр «Прилесье». Из всех действующих логистических центров – 8 являются государственными, остальные созданы за счет инвестиций национальных и иностранных инвесторов. Среди отечественных инвесторов – производственные предприятия, транспортно-логистические компании, логистические операторы, дистрибьюторы, ритейлеры, девелоперы– инвесторы из России, Азербайджана, Украины, Литвы, Ирана[2].

На данный момент на начало 2015 г. в РБ 17 транспортно-логистических центров общей площадью 400 тыс. кв.м., из них только 4 являются собственностью Республики Беларусь, в том числе предприятия

«Белтаможсервиса» и Белорусской железной дороги. Больше всего ТЛЦ именно в Минской области - 14 из 17.

Всеми видами транспорта перевезено в январе 2016 г. 30,9 млн. тонн грузов, а в 2015 г. 36,8 млн.т., что на 16% меньше, чем в январе 2015 г.

Железнодорожный транспорт. Объем перевоза грузов железнодорожным транспортом в январе 2015 г. по сравнению с январем 2014 г. увеличился на 1%, а воздушным на 3 раза больше. Автомобильным транспортом сократился на 4% и, трубопроводный и водный сократился, соответственно 3% и 16,3% [3].

Таким образом, роль воздушного транспорта в РБ возрастает с каждым годом. Больше грузов всего перевезено автомобильным, затем железнодорожным транспортом и трубопроводным. Но показатель использования трубопроводного транспорта с 2006 г. по 2015 г. значительно снизился.

Через воздушное пространство республики проходят кратчайшие авиалинии из Японии, Австралии, Сингапура в Европу, из Америки - на Ближний Восток, по которым каждые сутки обеспечивается безопасность до 700 полетов, выполняемых самолетами, принадлежащими более чем 920 авиакомпаниям из 96 стран. В республике размещено 7 аэропортов. Из Беларуси осуществляются регулярные полеты самолетов по более чем 20 международным авиалиниям.

Проблемами транспортной логистики являются: качество обслуживания; разукрупнение рынка транспортных услуг; изношенность подвижного состава и трудность его обновления; ликвидация ремонтных баз; потери от простоя в ожидании погрузки/выгрузки транспортного средства; потери от неэффективной работы; сложности составления маршрутов движения; недогруз автомобилей по грузоподъемности или полезному внутреннему объему кузова; страхование грузов и транспортных средств.

Перспективы развития транспортной логистики состоят в замене бумажных перевозочных документов электронными, а также в повышении инвестиционной активности и внедрении инноваций в сферу транспортировки.

Таким образом, основными направлениями развития транспортной логистики является:

- совершенствование технологии перевозок грузов;
- эффективное использование транзитных возможностей республики;
- улучшение финансового состояния транспортной организации и обеспечение стабильного уровня рентабельности;
- выполнение природоохранных мероприятий и обеспечение безопасности перевозок грузов;
- совершенствование модели транспортировки;
- повышение эффективности взаимодействия видов транспорта;
- определение рациональных маршрутов доставки;
- использование транспорта с наименьшим расходом топлива.

Принимаемые меры по развитию и совершенствованию транспорта позволят обеспечить комплекс транспортных услуг более высокого качества, увеличение транзитных грузопотоков через территорию Беларуси, а также интеграцию республики в европейскую транспортную систему. Необходима большая работа по поиску источников финансирования и механизмов реализации основных направлений развития транспортной логистики.

Список использованных источников

1. Транспортно-логистический портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] . – Режим доступа: http://www.transportal.by/about_logistic/logostic_wiki.php. – Дата доступа: 31.03.2016.
2. Ассоциация международных экспедиторов и логистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.baif.by/novosti/v-belarusi-deistvuyut-34-logisticheskih-tsentra/. – Дата доступа: 31.03.2016.
3. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] /О работе транспорта в январе 2015 г. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/realny-sector-ekonomiki/transport/godovye-dannye_12/perevozki-gruzov-po-vidam-transporta/. – Дата доступа: 31.03.2016.

Вакулина Надежда
студентка
Друк Валентина
к.э.н. , доцент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Республика Беларусь – страна с открытой экономикой. Государство проводит многовекторную внешнеэкономическую политику, направленную на укрепление роли в мировом сообществе, расширение и закрепление перспективных рынков для отечественных товаров и услуг. Стратегической задачей Республики Беларусь является углубление интеграции в мировое сообщество.

Внешнеэкономическая деятельность в Республике Беларусь является важнейшим элементом экономики республики. От роста или падения экспортно-импортных операций зависит экономическое благополучие отдельных отраслей и предприятий, населения и республики в целом. Итак, проблему эффективности внешней торговли можно считать одной из наиболее актуальных в республике.

За последние десять лет наблюдалось значительное увеличение объемов внешней торговли Беларуси. Это продиктовано общими мировыми процессами глобализации, экономическим ростом, открытием новых рынков сбыта для белорусских товаров.

Но в настоящее время в Республике Беларусь выявлен спад во внешней торговле, после того как многие страны ввели санкции, связанные с ограничением инвестирования и запретом на поставки отдельных товаров, а рубль стал стремительно дешеветь. По данным Национального статистического комитета, в Республике Беларусь объем внешней торговли товарами (внешнеторговый оборот) в январе 2015 года составил 3,9 млрд. долл. США, что на 29,7% меньше, чем в январе 2014 года. Товарооборот со странами СНГ составил 2,0 млрд. долл. США (50,4% общего товарооборота) и по сравнению с январем 2014 года уменьшился на 40,2%. Товарооборот со странами вне СНГ снизился на 14,5% и составил 1,9 млрд. долл. США [1].

Экспорт Республики Беларусь в 2014 году составил 36,2 млрд. долл. США и снизился по сравнению с 2013 годом на 1,5% [1]. Падение экспорта связано как со снижением цен на российские товары, так и с сокращением объемов их вывоза. Оно также сопровождалось и внутриэкономическими проблемами: на 30% сократились объемы обрабатывающих производств, предприятия терпели огромные убытки, внутренний спрос на продукцию оставался низким.

К числу важнейших экспортных позиций относятся нефтепродукты и нефть, калийные и азотные удобрения, металлопродукция, грузовые автомобили, тракторы, химические волокна и нити, шины, молочная и мясная продукция, сахар.

Импорт Республики Беларусь в рассматриваемом периоде снизился на 5,4% и составил 40,5 млрд. долл. [1]. США. Основу импорта составляют энергоресурсы (нефть и природный газ), сырье, материалы и комплектующее (металлы и изделия из них, сырье для химического производства, части машин), технологическое оборудование.

Беларусь поддерживает торговые отношения более чем со 180 государствами мира. Основным торговым партнером Беларуси является Российская Федерация, на ее долю приходится более 40% белорусского экспорта и более половины объема импорта. Товарооборот с Российской Федерацией по сравнению с январем 2014 года уменьшился на 38,8% и составил 1,7 млрд. долл. США. Сальдо внешней торговли сложилось отрицательное, величиной 0,4 млрд. долл. США. Экспорт снизился на 39,3%, импорт – на 38,5%.

Совершенствование внешнеторговой политики должно заключаться, во-первых, в свертывании импорта в тех сферах экономики, где отечественные производители могут решить проблему удовлетворения спроса не хуже зарубежных при условии, что они получат соответствующие ресурсы, в частности валютные. На пути реализации такого рода импортозамещающего производства лежат как проблемы внешнеэкономической политики, так и проблемы, которые трудно разрешить внутри собственной экономики [2].

В мировой экономике Республика Беларусь показывает себя хорошим собственником, но плохим производителем, поэтому в стране крайне важно

развивать частное предпринимательство как основу рыночной конкурентоспособной экономики.

Во-вторых, необходимы развитие и стимулирование импортных закупок определенных товаров, прежде всего переход к целенаправленному импорту оборудования, жизненно важного для развития совместных стратегических проектов и программ, ориентированных на постиндустриальные технологии.

Для повышения эффективности внешнеторговой деятельности необходимо:

• расширить сферу применения рыночных механизмов хозяйствования для ускорения развития малого и среднего бизнеса как основы диверсификации источников экономического роста;

• пересмотреть промышленную и инвестиционную политику для повышения конкурентоспособности и диверсификации продукции обрабатывающих отраслей промышленности на внутреннем и зарубежном рынках;

• ограничить практику протекционистской защиты внутреннего рынка;

• пересмотреть практику вытеснения посредников, особенно в торговле сложным техническим оборудованием;

• тщательно обосновывать применение импортозамещающих технологий, так как они консервируют традиционный уровень производства и закрывают внутренний рынок для высококачественной продукции [3].

Список использованных источников

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь (Минск): Стат.сб.– Беларусь (Минск) стат. - Минск, 2015.

2. Дадалко, В.А., Максимович О.Е. Особенности формирования и пути развития внешнеэкономической политики Республики Беларусь / В.А.Дадалко, О.Е.Максимович. - Мн.: «Армита- Марк», 2000 - 156.

3. Балашевич, М.И. Внешнеторговая политика Республики Беларусь: состояние и направления совершенствования / М.И. Балашевич // Белорусский экономический журнал. - 2013. - № 1. - С.102-109.

Вербицька Галина
к.е.н., доцент
Національний університет «Львівська політехніка»
м. Львів
Україна

МЕТОДИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ІННОВАЦІЙ

Для успішної роботи на ринку підприємства змушені здійснювати капіталовкладення в розробку інновацій, оскільки у міру посилення конкуренції, зміни кон'юнктури ринку і технологій, впровадження нововведень іншими фірмами перед підприємствами постає загроза втрати своїх позицій. Саме нові товари дозволяють підприємствам вчасно змінювати структуру асортименту і підтримувати обсяг продажу на рівні, що забезпечить стабільний фінансовий стан.

Інвестиції у інновації створюють умови для підвищення її якості, збільшення обсягів продажу, забезпечують зростання конкурентоспроможності підприємства. Проте розробка інновацій характеризується високим рівнем інвестиційних ризиків, які полягають у існуванні ймовірності недосягнення запланованих цілей інвестування, повної або часткової втрати капіталу, що інвестується. Тому при плануванні розробки інновацій підприємству необхідно провести комплексні маркетингові дослідження, які включають з'ясування стану і тенденцій розвитку певного сегменту ринку, розрахунок його місткості, аналіз поведінки споживачів і конкурентів, етапи життєвого циклу на яких знаходяться аналогічні та взаємозамінні товари, які вже представлені на ринку, визначення цільової аудиторії покупців нового товару, дослідження і планування цінової політики товарообороту і збуту, з метою уникнення неточних оцінок, ризиків і невиправданих витрат.

Підготовка необхідної інформації достатньо трудомісткий процес, який вимагає не тільки певних знань, але і професійного підходу. З метою якнайбільшої конкретизації інформації слід збирати первинні та вторинні дані (у разі потреби їх може бути й більше).

Первинні дані — інформація про стан ринку і всі його елементи з перших вуст. Виробниками й носіями первинної маркетингової інформації є споживачі. Маркетологам дуже важливо зберігати нейтралітет, щоб не нав'язувати респондентам «правильну» відповідь. При збиранні первинної інформації використовують такі методи: опитування, спостереження, фокусування, експерименту, імітації. Незважаючи на безперечні переваги, первинна інформація має множину недоліків, до яких належать: висока вартість її збору, необхідність тривалого часу на її збір і обробку, потреба у висококваліфікованих фахівцях.

Вторинні дані — інформація з так званих вторинних джерел (статистичні довідники, періодика, теле-, радіопередачі тощо) стосовно одного з елементів ринку, наприклад споживачів. Зібрана та згрупована вторинна інформація піддається статистичному, кореляційному та вірогідному аналізам. Головними перевагами використання в маркетингових дослідженнях вторинної інформації є її відносна дешевизна, швидкість збору та розмаїття джерел. Проте використання підприємством у своїх маркетингових дослідженнях тільки вторинних даних може призвести до значних помилок при плануванні інновацій, оскільки деякі джерела інформації можуть бути ненадійними, суперечливими, дані навіть найбільш достовірних джерел можуть бути просто застарілими.

За методами збору інформації розрізняють такі види досліджень [1; 2; 3]:

- кабінетні дослідження проводяться не виходячи із кабінету, полягають у зборі інформації завдяки проведенню опитувань і спостережень за станом ринку шляхом економічного аналізування офіційних друкованих видань, баз даних державних органів та галузевих підприємств, матеріалів засобів масової інформації;
- польові дослідження при здійсненні яких маркетолог максимально наближається до об’єкта дослідження, тобто використовуються методи безпосереднього збирання первинної інформації;

- панельні (дискусійні) передбачають регулярне спілкування з одним і тим же сегментом покупців, на який саме й орієнтується підприємство при плануванні новинки;
- метод фокус-груп полягає у опитування певної групи споживачів у кількості від шести до дванадцяти осіб, респонденти спілкуються між собою самостійно, а інтерв'юер-модератор тільки направляє їх у потрібне русло;
- ділові контакти ґрунтуються на збиранні інформації шляхом спілкування з іншими економічними суб'єктами, яке може відбуватися під час ярмарків, виставок, презентацій тощо;
- змішані дослідження – це ті, що поєднують риси кабінетних і польових, і по своїй суті є найбільш об'єктивними, так як включають в себе обробку первинної та вторинної інформації.

Результати дослідження залежно від потреби подають у вигляді стислого загальнодоступного викладу суті дослідження або розгорнутого наукового звіту, де в систематизованій і предметній формі викладено схему дослідження, а також детально обґрунтовано висновки і рекомендації.

Маркетингові дослідження допомагають підприємству оцінити майбутні перспективи впровадження нової продукції, визначити споживчі переваги щодо дизайну, оформлення упаковки, обрати ефективні заходи по просуванню нового товару на ринок.

При проведенні маркетингових досліджень підприємство може скористатися допомогою спеціалізованих фірм або ж здійснювати їх власними силами. Завдяки старанно проведеним маркетинговим дослідженням підприємство здатне створити таку інновацію, яка задовольнятиме вимоги перебірливих споживачів та користуватиметься попитом на ринку.

Успіх або провал інноваційних товарів на ринку залежить від спроможності підприємством визначити реальні чи потенційні потреби покупців та можливості задовольнити їх краще за конкурентів. Пропонований інноваційний товар має вирізнятися від конкурентних товарів унікальними властивостями.

Після конструкторського розроблення ідеї важливо одержати перші відгуки споживачів на реальне нововведення, а не товар у задумі. Інформацію про поведінку споживачів, їх відношення до конкретного нововведення, перш, ніж запускати його у повномасштабне виробництво, ми пропонуємо отримати шляхом здійснення пілотних маркетингових досліджень, які полягають у безпосередньому виході на ринок з незначною партією товару. Через відсутність або недостатність рекламної підтримки існує ризик необ'єктивності суджень про новинку, проте завдяки безпосередньому контакту із споживачем підприємство зможе врахувати побажання покупців, в першу чергу, саме того сегмента ринку, на який воно зорієнтоване.

Організаційна структура підприємства загалом та маркетингової служби зокрема повинна забезпечувати умови для виконання основних маркетингових функцій, а саме: аналітичної функції (вивчення ринку, споживачів, товару,

внутрішнього середовища підприємства); виробничої функції (організація виробництва нових товарів та вдосконалення існуючих, управління якістю та конкурентоспроможністю продукції); збутової функції (організація системи товароруху, сервісного обслуговування клієнтів, впровадження цілеспрямованої збутової політики); функції управління (планування та організація маркетингової діяльності підприємства, забезпечення обміну маркетинговою інформацією між підрозділами, контроль маркетингової діяльності).

Для успішного здійснення інноваційної діяльності, підприємству необхідно використовувати принципи маркетингу на всіх стадіях розроблення інновацій. Це забезпечить йому конкурентоспроможність, імідж серед споживачів, отримання додаткового прибутку.

Список використаних джерел

1. Зозульов О.В. Типи та методи маркетингових досліджень інноваційного продукту / О.В. Зозульов, М.О. Базь // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2007. – № 4. – С. 236-243.

2. Куліш Т.В. Маркетингові дослідження як основа прийняття управлінських рішень / Т.В. Куліш // Формування ринкової економіки [Електронний ресурс]: зб. наук. праць. – К.: КНЕУ, 2011. – Ч. 2. – С. 142–149. – Режим доступу: http://ir.kneu.kiev.ua:8080/handle/2010/1157.

3. Окландер М. Концепція формування системи маркетингових досліджень інновацій машинобудівного підприємства / М. Окландер, О. Яшкіна // Економіст. – 2013. – №11 (325). – С. 52-56.

Веретельник Олександра
студентка
Бесчастна Дар'я
викладач
Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара
м. Дніпропетровськ
Україна

ОБҐРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ

Досліджуючи сучасний стан ринку авіаперевезень України, відзначено гостру необхідність використання маркетингових стратегій, як основних факторів забезпечення її якісних зрушень. За сьогоднішніх умов функціонування авіаційної промисловості, інновації набули ознак рушійної сили економічного, технічного та технологічного розвитку як галузі в цілому, так і її учасників зокрема. Авіаційні перевезення є індикатором бізнес-активності населення, що припускає рівень розвитку досліджуваного регіону. Криза, що почалася в 2008 році серйозно вплинула на операційну діяльність цивільної авіації світу. В даний час в умовах галузевої та світової економічної кризи, зниження попиту на авіаперевезення,

авіакомпанії змушені функціонувати в режимі максимального зниження витрат, вибудовувати свої стратегії з урахуванням націленості на збереження і зміцнення лояльності пасажирів. На теперішньому етапі розвитку України постала гостра необхідність обґрунтування основних напрямів стратегії розвитку української авіаційної галузі, які потрібно вибудовувати, виходячи з теоретичних положень про інновацію як економічну категорію, структуру інноваційного процесу, зміст і принципи функціонування світового авіаційного ринку.

Необхідно враховувати, що в галузі авіаперевезень існують організації й окремі особи, які впливають на процес авіаперевезень, «відтинаючи» одні компанії й створюючи сприятливі можливості для інших. Це так звані групи впливу. Розходження галузі й ринку полягають в тому, що в галузі представлені тільки авіапідприємства, тоді як на ринку - споживачі й авіапідприємства. Але на ринку авіаперевезень (або їхні представники) виступають в іншій ролі - ролі продавця послуг авіаперевезень.

Посилення інтенсивності конкуренції на внутрішньому і зовнішніх ринках авіаперевезень, постійне підвищення вимог споживачів до якості і набору послуг, що надають підприємства цивільної авіації, призводить до необхідності формування стійких конкурентних переваг в напрямі зниження витрат, економії часу, забезпечення надійності авіаперевезень, розробки гнучкої політики ціноутворення, підвищенні якості прийняття управлінських рішень, впровадження новітніх наукових розробок в управлінні розвитком підприємства, покращення його іміджу тощо [3, с. 69].

У 2014 році мало місце значне скорочення основних показників роботи авіаційної галузі. На ринку пасажирських перевезень упродовж 2014 року працювало 25 вітчизняних авіакомпаній, що на 8 менше ніж у 2013 р. Основними пасажирськими авіаперевізниками у 2014 р. були «МАУ» (скорочення обсягів на 14,6 % порівняно з 2013 роком), «Візз Ейр Україна» (-19,4%), «Ютейр-Україна» (-24,1%), «Роза Вітрів» (- 11,9%). «Авіалінії Харкова» (+ 33,9%) та «Дніпроавіа» (+20,7 %) [4, с.72].

На ринку регулярних та чартерних авіаперевезеннях конкуренцію ПАТ «АК «ДНІПРОАВІА» складають більшість українських авіакомпаній, таких як МАУ, Ютейр Україна, Wind Rose та інші [2].

Зниження обсягів перевезень авіакомпаніями протягом останніх років призвело до зниження доходів авіакомпанії ПАТ «АК « Дніпроавіа « та зростання вартості палива і, як наслідок, до підвищення витрат ПАТ «АК «Дніпроавіа», погіршення ситуації із зношуванням основних фондів, перманентного дефіциту кваліфікованих кадрів. Ринок повітряних перевезень значно залежить від стану економічного розвитку України, особливо від купівельної спроможності громадян та інфляційних процесів. Хоча світовий розвиток також має певний вплив на український авіаринок. Але ті авіакомпанії, які існують в Україні уже довгий час, так і не змогли організувати свою роботу ефективно і доцільно. Парк повітряних суден є незначним: в Україні більшість авіаперевізників мають близько двадцяти машин, тоді як у Європі - до 400, а у США - понад 700 суден.

Авіаційні підприємства функціонують під впливом певних сил, які діють на його можливості та впливають різним чином на його господарський рівень. Сукупність таких сил можна назвати маркетинговим середовищем [1, с. 154].

Серед основних чинників, які призвели до спаду попиту на авіаперевезення – сьогоднішня ситуація в державі, анексія Криму, рекомендації з безпеки польотів низки міжнародних організацій та органів ЄС оминати альтернативними маршрутами частину повітряного простору України та пов'язане з цим у цілому погіршення загального стану сучасної економічної кон'юнктури.

Авіакомпанія останні декілька років працює на межі банкрутства. Фінансові показники є критичними. Основними проблемами, які впливають на діяльність «Дніпроавіа», є: загальна економічна і політична криза у країні; відсутність достатньої підтримки на державному рівні; зростання цін на енергоносії та паливно-мастильні матеріали, що значно гальмує складання прогнозів і планів на більш тривалі проміжки часу. Проблеми свідчать про високий ступінь залежності від законодавчих та економічних обмежень.

Маркетингові стратегії, здійснювані ПАТ АК «Дніпроавіа» дозволяють узгодити потенціал корпорації до вимог ринку і підвищити ефективність використання ресурсів в інтересах споживача, забезпечуючи корпорації сталий розвиток.

Для ПАТ АК «Дніпроавіа» найпридатнішою буде стратегія інтеграції, так як підприємство має намір підвищити свою прибутковість за рахунок збільшення контролю над важливими ланками стратегічного технічного ланцюга.

Метою горизонтальної інтеграції є встановлення контролю за підприємствами одного рівня для забезпечення лідерства та збільшення ринкової частки. Дану стратегію можна застосувати для розширення впливу групи компанії ПАТ АК «Дніпроавіа» в регіонах України. ПАТ АК «Дніпроавіа» може цього досягнути за рахунок об'єднання в групу багатьох регіональних авіаліній. Зауважимо, що розглянута стратегія вже активно застосовується, яскравим прикладом того є входження в групу бізнесмена І.Коломойського таких компаній, як «МАУ», ПАТ АК «Дніпроавіа», «Роза вітрів», які об'єднані в альянс «Міжнародні авіалінії України». Однак цю стратегію можна застосовувати не тільки на внутрішньо українському ринку, але й на міжнародному, що було б дуже прибутковим. Присутність в ПАТ АК «Дніпроавіа» груп регіональних авіаліній інших країн дозволило б здобути більш потужну ринкову частку.

В умовах існуючої ситуації можливе застосування ПАТ АК «Дніпроавіа» стратегії вертикальної інтеграції назад, наприклад, в області виробництва продуктів харчування для споживання безпосередньо на борту літака. До групи компаній ПАТ АК «Дніпроавіа» входить дочірнє підприємство «Дніпроаеромар» яке спеціалізується на приготуванні обідів і вечерь. Однак всі додаткові продукти, такі як десерти, цукерки, булочки, масло, пластиковий посуд, соуси, закуповуються у постачальників. Тому дану область діяльності можна вважати компанією ПАТ АК «Дніпроавіа» незачепленою і розглядати як перспективу на майбутнє. Для компанії

ПАТ АК «Дніпроавіа» новим видом діяльності може бути мережа міні ресторанчиків в залах очікування аеропортів.

Список використаних джерел

1. Аль-Тмейзі А. Державне регулювання в сфері природних монополій на прикладі світової галузі авіаперевезень / А. Аль-Тмейзі // Дослідження міжнародної економіки. - 2011. - Вип. 4. - С. 154-160.
2. Підсумки діяльності авіаційної галузі. Дані Державної авіаційної служби України. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://avia.gov.ua/uploads/documents/9175.pdf
3. Побоченко Л. М. Ключові проблеми ринку авіаційних перевезень в Україні / Л. М. Побоченко, Ю. Е. Шваюк // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. - 2015. - № 40. - С. 69-75.
4. Цимбалістова О. А. Вплив розвитку інноваційних технологій на розширення ринку авіаційних послуг / О. А. Цимбалістова // Економічний форум. - 2015. - № 2. - С. 72-77.

Власенко Дмитро
к.е.н., доцент
Конотопський інститут Сумського державного університету
м. Конотоп
Україна

СУЧАСНІ АСПЕКТИ САМОРЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ

Автомобільний транспорт є одним з найважливіших елементів транспортної системи України. Стратегічна мета автотранспортної галузі - повне і якісне задоволення потреби у вантажоперевезеннях усіх секторів економіки, підвищенні рухливості населення, забезпечення безпеки пасажирських і вантажних перевезень, а також підтримка транспортної безпеки країни в цілому. Однак застаріла нормативно-правова база, що регулює діяльність транспорту, а в деяких її сферах і відсутність, не дозволяє повною мірою реалізовувати поставлені стратегічні завдання. Одним із сучасних напрямків вирішення даної проблеми є впровадження принципів саморегулювання в автотранспортну діяльність.

Головною метою саморегулювальної організації є створення системи регулювання відносин між членами цієї організації, державою та споживачами автотранспортних послуг [1-2].

У результаті реалізації цієї мети члени саморегулювальної організації одержують можливість зробити свій бізнес сучасним і ефективним, цивілізованими методами брати участь у прийнятті рішень державними інституціями, які впливають на ринок транспортних послуг. Держава одержує можливість без додаткових бюджетних витрат здійснювати контроль і нагляд за дотриманням законодавства в автотранспортній галузі. Споживачі одержують можливість користуватися якісними послугами.

Саморегулювальні організації (СРО) представляють законні інтереси своїх членів у їх відносинах з державними органами влади.

Основне завдання саморегулювальних організацій в основному зводиться до вирішення економічних проблем галузі. Вона спрямована на формування цивілізованого ринку автомобільних перевезень наступними методами:

1. Встановлення сучасних стандартів і правил професійної діяльності; допуску суб'єктів на ринок; контролю над учасниками ринку;

2. Видалення з ринку суб'єктів, що систематично порушують установлені правила гри на ринку.

Таким чином, функціонування саморегулювальних організацій в автотранспортній галузі дозволить суттєво підвищити економічну ефективність автомобільного транспорту, зміцнити конкурентоспроможність вітчизняного автотранспортного бізнесу, а також у цілому буде сприяти економічній стабільності й зміцненню ринкових відносин у країні.

Нерозривно з економічною складовою пов'язані соціальні наслідки функціонування цих організацій. Підвищення ефективності роботи автомобільного транспорту дозволить значно поліпшити економічне становище учасників автотранспортної діяльності всіх форм власності й підвищить їхній добробут. Крім того, особиста участь у саморегулювальних організаціях підвищить соціальну активність громадян, що займаються автотранспортним бізнесом.

Економічна та соціальна складові логічним образом розбудовують і політичну складову СРО. Так, поліпшення економічного становища й підвищення соціальної активності автотранспортного бізнесу, значно сприяють політичній стабільності в державі.

Крім того, утворення об'єднань автотранспортників на правах саморегулювання буде сприяти зміцненню громадянського суспільства в країні.

Розвиток СРО в галузі, об'єднання автотранспортних підприємств, послужить створенню сумлінної конкуренції, виділенню відомих аутсайдерів і їх поступовому виведенню з ринку.

Список використаних джерел

1. Горбачев, В. В. Синергетическое представление социально-экономических процессов / В. В. Горбачев // Этика и наука будущего. – М. : Дельфис, 2003.

2. Занг, В.Б. Синергетическая экономика. Время и переменные в нелинейной экономической теории / В.Б. Занг. – М. : Мир, 1999.

3. Канке, В. А. Философия экономической науки учебное пособие / В. А. Канке. – М.: ИНФРА-М, 2007.

4. Князева, Е. Н.Основания синергетики. Синергетическое мировидение / Е. Н. Князева, С. П. Курдюмов. – М. : КомКнига, 2005. – 240 с.

5. Милованов, В. П. Синергетика и самоорганизация: экономика и биофизика / В. П. Милованов. – М.: КомКнига, 2005.

Войцеховська Вікторія
студент
Пілявоз Юлія
викладач
Боярський коледж екології і природних ресурсів
м. Боярка
Україна

РЕАЛІЇ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Розвиток малого і середнього підприємництва, як важливий сегмент сприяння насиченості ринку товарами та послугами, створення нових робочих місць і зменшення безробіття, є одним з основних напрямів роботи влади у процесі модернізації вітчизняної економіки.

Метою написання даної роботи є аналіз малого та середнього бізнесу на сьогоднішній день в Україні, та перспективи такого бізнесу в майбутньому.

Господарський кодекс України встановлює відповідно до Конституції України правові основи господарської діяльності, яка базується на різноманітності суб'єктів господарювання різних форм власності.

Господарський кодекс України має на меті забезпечити зростання ділової активності суб'єктів господарювання, розвиток підприємництва і на цій основі підвищення ефективності суспільного виробництва, його соціальну спрямованість відповідно до вимог Конституції України, утвердити суспільний господарський порядок в економічній системі України, сприяти гармонізації її з іншими економічними системами [1].

Главою 7 ст. 62 «Підприємство, як організаційна форма господарювання» Господарський Кодекс України, визначає, що [1]:

Підприємство − самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому Господарським Кодексом та іншими законами [1].

В свою чергу, відповідно до Закону України «Про підприємництво», який визначає, що підприємництво − це безпосередня самостійна, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції, виконанню робіт, наданню послуг з метою отримання прибутку, яка здійснюється фізичними та юридичними особами, зареєстрованими як суб'єкти підприємницької діяльності у порядку, встановленому законодавством [2].

Відповідно до Господарського Кодексу малими називаються підприємства, кількість працюючих яких дорівнює або не перевищує 50 осіб, а річний оборот становить або дорівнює 10 млн. євро, середніми називають підприємства, кількість працюючих становить або більше 250 осіб, а річний оборот дорівнює або більше 50 млн. євро.

Малі і середні підприємства є важливим чинником соціальної стабільності в Україні, адже вони забезпечують зайнятість та доходи значного числа громадян. Вони формують відчутну частину доходів місцевих бюджетів. При цьому малі та середні підприємства не так залежні від конюктури зовнішніх ринків та валютних коливань, а також гнучкі та швидко адаптуються до нових умов.

Спираючись на дані Міністерства статистики України, можна проаналізувати, що за 2014р. кількість малих підприємств становила 83682, а середніх підприємств – 3595, але без урахування діяльності банків, бюджетних установ та з урахуванням зміни підприємствами основного виду економічної діяльності за 2014р.

Спостерігаючи динаміку з 2012 по 2014 р.р. чітко видно, що можна кількість малих підприємств починаючи з 2012р. поступово збільшується, а кількість середніх підприємств в Україні з кожним роком зменшується [3].

Проблемні питання малого бізнесу висвітлено в працях таких провідних науковців, як: Л.А. Колеснікова З.С. Варналій, Л.І. Воротіна, , які акцентують свою увагу на різних підходах до вирішення проблем розвитку малих підприємств. Дослідження природи малого бізнесу, його місця та ролі у розвинутих ринкових економіках є об’єктом уваги таких науковців, як: Т.Кондратюк, В. Ляшенко, О. Мазур, І. Михасюк, В. Сизоненко, С. Соболь, О.Кужель, В. Ткаченко та ін., виділяють наступні проблеми його функціонування:

1) недосконала система оподаткування, яка стає надто обтяжливою останні роки;
2) високий рівень тіньової економіки у малому та середньому бізнесі;
3) низький управлінський рівень, брак знань, досвіду та культури ринкових відносин;
4) недостатня інфраструктура малого та середнього бізнесу;
5) практична відсутність державної фінансово-кредитної підтримки;
6) недовіра західних партнерів та негативне психологічне ставлення населення до підприємців;
7) недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств;
8) обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення;
9) недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності [4].

Для розв’язання даних проблем, які на теперішній час перешкоджають ефективному розвитку малих та середніх підприємств потрібна зміна самої ідеології сутності підприємництва в Україні. Це свідчить про те, що подальший розвиток ситуації без активного та позитивного втручання держави може призвести до згортання (в основному через подальшу тінізацію) цього сектору

економіки з відповідним загостренням економічних проблем та посиленням соціальної напруги. Через те й виникає необхідність дійової державної політики підтримки малого підприємництва.

Формування ринкової економіки в Україні пов'язане із зростанням підприємницької активності в усіх галузях. Розвиток саме малого та середнього бізнесу є одним із найперспективніших засобів створення конкурентної ринкової системи. Малий і середній бізнес вважається найбільш динамічним елементом у структурі господарської діяльності.

З огляду на вищесказане, рекомендується вирішення проблемних питань за допомогою наступних умов:

1) Провести повністю перегляд нормативно-правових актів, затверджених колишнім та теперішнім урядом, які регулюють діяльність малого та середнього бізнесу в Україні.

2) Приділяти більше уваги з боку влади, при відкритті підприємцями малих чи середніх підприємств; допомагати у оформленні, спростити процес подання та реєстрації документів; надавати кошти у безвідсотковий кредит на умовах повернення, строковості, платності.

3) Розробити стратегію розвитку підприємства малого та середнього бізнесу у маленьких містечках, районах, селах.

4) Залучати більше інвесторів – іноземців, а не навпаки відчужувати їх своєю політикою держави.

5) Розробити електронну систему ведення бухгалтерського та податкового обліку, складання та подання звітності для малих та середніх підприємств.

6) І остання, на нашу думку найголовніша порада: створення антикорупційних комітетів, до яких входять особи, які беруть найбільшу участь в проведенні корупції – це не вихід для детінізації бізнесу.

Основою економічного зростання є і буде середній клас, саме на ньому тримається економіка будь-якої держави, саме він і стане великим стартом відродження.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1798-12.
2. Закону України «Про підприємництво»
3. Міністерство Статистки України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/.
4. Н.Бех. Особливості розвитку та функціонування малого і середнього бізнесу в Україні/ Н.Бех // Галицький економічний вісник. — 2010. — № 1(26). — С. 16-18.

Волосюк Маргарита
студентка
Кривецкая Анастасия
ассистент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Менеджер – это человек, профессионально занимающийся управленческой деятельностью, который повседневно управляет функциями предприятия с целью сохранения её основных пропорций; это также человек, наделённый полномочиями принимать управленческие решения и осуществлять их выполнение.

Целью менеджера является обеспечение стабильной конкурентоспособности предприятия [4].

В последнее время работа менеджера характеризуется высоким разнообразием действий, широкими контактами и коммуникациями внутри и вне фирмы, быстрой сменой событий, людей и действий.

В конце 70-х гг. специалисты, работающие в области искусственного интеллекта, начали понимать нечто весьма важное: эффективность программы при решении задач зависит от знаний, которыми она обладает, а не только от формализмов и схем вывода, которые она использует. Была принята принципиально новая концепция, которую чрезвычайно просто сформулировать: чтобы сделать программу интеллектуальной, ее нужно снабдить множеством высококачественных специальных знаний о некоторой предметной области.

Существует много определений понятия «системы, основанные на знаниях», в частности они определяются как «интеллектуальные компьютерные программы, использующие знания и процедуры вывода для решения проблем, которые настолько сложны, что для их решения необходимо привлечение эксперта» [1].

Создание экспертных систем с широким спектром возможностей, являющихся не механическими исполнителями воли человека, а его равноправными партнерами при поиске решений в сложных ситуациях, требует привлечения эффективных инструментальных средств программирования. К числу таких средств относятся языки обработки символьной информации, наиболее известными из которых являются Пролог и Лисп.

Языки программирования Лисп и Пролог имеют встроенные механизмы для манипулирования данными.

Помимо Лиспа и Пролога создано множество других языков, ориентированных на обработку символьной информации и разработку экспертных систем: Smalltalk, FRL, Interlisp. Кроме этих специализированных языков для разработки экспертных систем используются и обычные языки

программирования общего назначения: Си, Ассемблер, Паскаль, Фортран, Бейсик и др.

Общим недостатком языков программирования для создания экспертных систем являются: большое время разработки готовой системы, необходимость привлечения высококвалифицированных программистов, трудности с модификацией готовой системы. Все это делает применение языков программирования для реализации экспертных систем весьма дорогостоящим и трудоемким [1].

Инструментальные средства второго типа – среды программирования – позволяют разработчику не программировать некоторые или все компоненты экспертной системы, а выбирать их из заранее составленного набора.

При применении третьего типа инструментария – пустых экспертных систем, или «оболочек» - разработчик экспертных систем полностью освобождается от работ по созданию программ и занимается лишь наполнением базы знаний. Однако при использовании этого способа могут возникнуть следующие проблемы: управляющие стратегии, вложенные в процедуры вывода базовой системы, а также принятый язык представления знаний могут не подходить для данного приложения. Все это затрудняет выбор подходящей пустой экспертной системы и ее применение. В то же время в ряде случаев применение пустых экспертных систем оказывалось вполне оправданным и удобным: за короткие сроки разработчик имел возможность производить вполне добротные системы.

Типичным представителем второй и третьей групп инструментальных средств является пакет EXSYS Professional 5.0 for Windows (оболочка – по определению разработчика – компании MultiLogic Inc., США) и его последующая модификация Exsys Developer 8.0, предназначенный для создания прикладных экспертных систем в различных предметных областях. Система обладает развитым графическим интерфейсом, способна обращаться к внешним базам данных, проверять правила на непротиворечивость. При определенной настройке может работать с русскоязычными текстами [1].

Экспертная система XCOM используется на производственных предприятиях. Она разработана в научно-исследовательском компьютерном центре Карнеги Мелоун на заказ корпорации DEC. Основное назначение такой экспертной системы — предоставление консультативных услуг во время выбора конфигурации компьютера конкретным заказчиком. Система XCOM позволяет фирме DEC ежегодно экономить около 2 млн. дол.

Примером экспертной системы, разработанной в СНГ, является система Psy (разработчик — московская фирма «САЙНТЕКС»). Эта система используется руководителями предприятий, менеджерами, работниками кадровых организаций и агентств, для осуществления профессионального и психологического отбора во время приема на работу, а также для ведения БД по кадрам с учетом личностных характеристик людей. Благодаря накопленным знаниям система Psy позволяет достаточно быстро и с высокой точностью

определять уровень развития личностных качеств кандидатов на ту или другую должность в соответствии с требованиями, которые предъявляются к данной должности на основе нормативных документов [5].

Как итог, с точки зрения решения управленческих задач ИС позволяют:

- повышать степень обоснованности принимаемых решений за счет оперативного сбора, передачи и обработки информации;
- обеспечивать своевременность принятия решений по управлению организацией в условиях рыночной экономики;
- добиваться роста эффективности управления;
- согласовывать решения, принимаемые на различных уровнях управления и в разных структурных подразделениях;
- обеспечивать рост производительности труда, сокращение непроизводственных потерь [3].

В отличие от человека у экспертных систем нет предубеждений, они не делают поспешных выводов, не поддаются влиянию внешних факторов. Такие системы работают методично, систематизировано, выбирая оптимальную альтернативу из всех возможных. Они накапливают знания и опыт наиболее квалифицированных экспертов-аналитиков[2]. Несомненным преимуществом экспертных систем является и то, что содержащиеся в них знания сохраняются навсегда, как бы обширны они не были.

Таким образом, уникальный индивидуальный опыт отдельных и немногочисленных экспертов становится доступным многим пользователям.

Список использованных источников

1. Корнеев, И.К. Информационные технологии в управлении / И.К. Корнеев, В.А. Машурцев. – М.: ИНФРА-М, 2001. – (Серия «Вопрос-ответ»). – С. 135-150.
2. Студми. Учебные материалы для студентов [Электронный ресурс] / Системы поддержки аналитических исследований. Экспертные системы. – Режим доступа: http://studme.org/1691031121211/informatika/sistemy_podderzhki_analiticheskih_issledovaniy_ekspertnye_sistemy#62 – Дата доступа: 26.03.2016.
3. Основы менеджмента [Электронный ресурс] / Информационные системы в управлении. Реконструкция систем управления на основе компьютерных технологий. – Режим доступа: http://bmanager.ru/articles/informacionnye-sistemy-v-upravlenii-rekonstrukciya-sistem-upravleniya-na-osnove-kompyuternyx-texnologij.html - Дата доступа: 27.03.2016.
4. Менеджмент в бизнесе [Электронный ресурс] / Работа менеджера. – Режим доступа: http://www.managerlines.ru/linem-644.html - Дата доступа: 26.03.2016.
5. Сытник, В.Ф. Компьютеризация информационных процессов на промышленных предприятиях / В.Ф. Сытник, Х. Срока, Н. В. Еремина и др. — К.:Техника; Катовице: Экономическая академия им. Кароля Адамецкого, 1991. — 215 с.

Гапанович Ольга
студент
Паршутич Ольга
к.э.н., доцент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВСТУПЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ВСЕМИРНУЮ ТОРГОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ

Всемирная торговая организация (ВТО) – международная организация, играющая роль регулятора торговых отношений между представителями разных государств. Основными функциями ВТО является разработка правил торговли на мировом рынке согласно принципам либерализма, наблюдение за их исполнением странами-участницами ВТО [1].

В результате многосторонних торговых переговоров, в том числе и Уругвайского раунда стран-участниц ГАТТ (1986-1994 гг.), было принято решение о создании ВТО, которая начала осуществлять свою деятельность 1 января 1995 г.

Задачи ВТО заключаются в предоставлении помощи в регулировании и организации процесса торговли в пределах системы, по заранее установленным правилам, которые препятствуют установлению барьеров. Так как станы-участницы не всегда находят консенсус, то урегулированием торговых споров занимается ВТО. Также ВТО является институтом торговых переговоров между членами [2]. Отметим, что ВТО не выходит за пределы сферы международной торговли и не выдвигает политических требований.

Вместе с тем деятельность ВТО строится на использовании следующих принципов: - равноправие (означающее взаимное предоставление участниками режима наибольшего благоприятствования в торговле товарами и услугами); - взаимность (все используемые льготы являются взаимными); - прозрачность (гарантия открытости и полноты при публиковании действующих правил торговли); - формирование действующих обязательств (взаимосвязи, касающиеся торговых тарифов устанавливаются, в основном, ВТО, а не соглашениями между странами); - защитные «клапаны» (право государства на образование торговых ограничений, связанных с защитой окружающей среды, животных и растений) [1].

На 1 января 2016 г. полноправными участниками ВТО являются 162 государства. Почти 20 государств имеют статус наблюдателя ВТО. Большая часть из них ведут переговоры о присоединении к данной организации. Республика Беларусь ведет такие переговоры с 1993 г., но перехода к активной фазе взаимодействия, переговоров и соглашений не было начато. При этом, ближайшие страны-партнёры Республики Беларусь уже стали участниками ВТО, Российская Федерация вступила 22 августа 2012 г., Республика Казахстан – 30 ноября 2015 г., что является немаловажным препятствием для функционирования экономик этих стран как единой системы.

В настоящее время сложились условия, которые способствовали бы вступлению Республики Беларусь в ВТО. Как отмечалось выше, все страны-партнёры по Евразийскому экономическому союзу уже являются участницами ВТО (Кыргызстан – с 1998 г., Армения – с 2003 г., Россия – с 2012 г, Казахстан – с 2015 г.). Так как все эти страны функционируют по правилам и условиям ВТО для ведения международной торговли, Республике Беларусь также необходимо выполнять такие правила, тем самым ограничивая некоторые сферы экономической деятельности. Вместе с тем, в результате снятия санкций с Республики Беларусь, западные партнёры проявили интерес о переходе к активному периоду переговорного процесса по вступлению Беларуси в ВТО. «Уже эти факторы говорят о том, что наш процесс имеет все шансы на успех в относительно короткий промежуток времени. Я бы не стал забегать вперед, но думаю, что это не более чем в среднесрочной перспективе», — отметил премьер-министр Андрей Кобяков [3]. Процесс переговоров такой долгий и трудный, потому что необходимо устранить все противоречения со странами, которые уже являются учатниками ВТО.

Вступление в ВТО предполагает снижение импортных пошлин, что позволит свободно экспортировать товары, что позволит многим предприятиям страны расширить рынок сбыта (за 2015 г. экспорт Республики Беларусь составил 26 686 миллиардов долларов США) [4]. В свою очередь увеличится и импорт товаров и услуг в Республику Беларусь, при этом цены на импортные товары снизятся, однако нет гарантии того, что отечественные предприятия смогут выдержать конкуренцию (за 2015 г. импорт Республики Беларусь – 30 312 миллиардов долларов США) [4].

Для защиты интересов национальных производителей по некоторым товарам необходимо предусмотреть механизм квотирования. Чтобы поддержать привлекательность для потребителей и закрепиться на конкурентном рынке, нужно развивать в большей степени маркетинговую стратегию реализации продукция, а не технологическую. Также для поддержания конкурентоспособности следует уделить внимание внедрению новых технологий на предприятиях, подготовке высококвалифицированных кадров, немаловажным является сокращение разрыва в уровне доходов и качестве жизни сельского и городсткого населения.

Всё вышеуказанное подтверждает необходимость вступления Республики Беларусь в ВТО, в этом видит нужду и правительство, однако существует необходимость поэтапного введения структурных реформ. Расширение круга партнёров для нашей страны приведет к экономическому росту, в противном случае Республике Беларусь грозит упущение возможности выгодного и эффективного взаимодействия с зарубежными странами, а также осложнения процесса вступления в ВТО.

Список использованных источников

1. Всемирная торговая организация (ВТО) / Финансовый портал Республики Беларусь Myfin [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://myfin.by/wiki/term/vsemirnaya-torgovaya-organizaciya-vto. – Дата доступа: 01.04.2016.

2. Всемирная торговая организация / Организация Объединенных Наций [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://www.un.org/ru/wto. – Дата доступа: 01.04.2016.

3. Беларусь и ВТО / Новости Беларуси. Экономика [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: https://www.belaruspartisan.org/economic/338480. – Дата доступа: 01.04.2016.

4. Основыне показатели внешней торговли / Национальный статистический комитет Республики Беларусь Экономика [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/vneshnyaya-torgovlya_2/osnovnye-pokazateli-za-period-s-__-po-____gody_10/osnovnye-pokazateli-vneshnei-torgovli. – Дата доступа: 01.04.2016.

Гвозд Наталия
студентка
Володько Ольга
к.э.н., доцент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

АНАЛИЗ И ОПТИМАЛЬНЫЕ ПУТИ РЕШЕНИЯ РЕМОНТНОГО БИЗНЕСА ЧТПУП «ЛЕНЖДАНЕВРОТРАНС»

В настоящее время очень важным является определение необходимого объема производства продукции (оказываемых услуг) и его реализации в плановом периоде (или производственная программа предприятия). Такой анализ был проведен на основе характеристик ремонтных услуг ЧТПУП «ЛенжданЕвроТранс» за период 2010-2015 гг., где было выявлено, что в 2014 г. по сравнению с 2010 г. наблюдается снижение рентабельности производственной деятельности предприятия – на 14,48 млн. руб., рентабельности продаж по прибыли от реализации на 16,10 млн. руб., по чистой прибыли и денежному потоку – 10,91 млн. руб.; прибыль [1, с. 329] сократилась на 265 млн. руб.

Что касается среднегодовой стоимости основных средств предприятия, то она увеличилась в 2014 г. на 2 570 млн. руб. по сравнению с периодом 2013-2010 гг., а также активной части основных средств до 2 898 млн. руб., фондоотдача сократилась на 5,37 руб./руб. по сравнению с 2013 годом и на 0,58 руб./руб. по сравнению с 2010 г., фондовооруженность предприятия увеличилась на 37,65 руб./чел. и на 45,1 руб./чел. соответственно, и вследствие фондорентабельность предприятия снизилась на 90,6% по сравнению с 2013 г. Объемы произведенной продукции (13 932 млн. руб.), валовой (16 357 млн. руб.) и реализованной продукции (16 350 млн. руб.) свидетельствуют о неблагоприятном финансовом состоянии предприятия в 2014 г. по сравнению с 2012-2013 гг. (снизились практически на 1,5%), причиной чего является увеличение себестои-мости его деятельности до 9 991 млн. руб.

Коэффициент ритмичности [2, с. 302] в 2014 г. по сравнению с 2013 г. по ремонту тракторов, узлов и агрегатов равен 0,55, по услугам тракторов – 1,21; по ремонту автомобилей – 1,06; и по ремонту двигателей и топливной аппаратуры – 0,79, соответственно. Но за период 2013-2012 гг. в сравнении с 2012-2011 гг. наблюдаются низкие коэффициенты по видам оказываемых услуг данного предприятия.

Переход на оптимальный ассортимент ремонтных услуг при условии полной загрузки мощностей позволит увеличить прибыль до 2 203,9 млн. руб., рентабельность – до 17,1%.

Используя корреляционно-регрессионный анализ, а также экономико-математическую (мультипликативную, детерминированную) модель комбинированным способом, методом элиминирования [3, с. 89], рассмотрели прове-дение новых услуг по ремонту тракторов модели Дископак-6 (где рентабельность составит 15,1%, амортизация на инструмент составит 89,1 тыс. руб. в месяц (в течение 12 мес.)), а также увеличение объема ремонтных услуг по модернизации тракторов марки К-744-Р1 (рентабельность увеличится до 17,6%, амортизация на инструмент - 95,5 тыс. руб. в месяц) и марки К-744-Р2 (21,6%, 108,2 тыс. руб. в месяц соответственно). Экономическая эффективность от предложенных рекомендаций для ЧТПУП «ЛенжданЕвроТранс» в сумме составит 6 628,5 млн. руб.

Список использованных источников

1. Шалабаев П. С., Экономика и предпринима-тельство: учеб. пособие / П. С. Шалабаев, А. А. Аброси-мова; под ред. П. С. Шалабаев. – №4-1, 2014. – 510 с.

2. Володько О. В., Экономика организации: учеб. пособие / О. В. Володько, Р. Н. Грабар, Т. В. Зглюй; под ред. О. В. Володько, 2-е изд., испр. и доп. – Минск: Вышэйшая школа, 2015. – 399 с.: ил.

Гончарик Екатерина
студентка
Паршутич Ольга
к.э.н., доцент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ОФФШОРНЫЕ ЗОНЫ МИРА

В современном мире первоочередной целью любой коммерческой деятельности является получение максимальной прибыли при минимуме затрат. Это требует чёткого и продуманного плана управления капиталом предприятия, а также постепенного наращивания производства для сохранения своих позиций на рынке, что чревато увеличением вложений. Однако, при расширении оборотов деятельности любого предприятия, увеличиваются всевозможные

отчисления, включая и налоговую нагрузку. К примеру, налог на прибыль в некоторых странах Европы в 2014 году составлял: Россия – 20%, Польша – 19%, Беларусь и Украина – 18%, Литва и Латвия – 15%. [1] Логично, что предприниматели стараются уменьшать свои расходы и прибегают к использованию различных способов налогового планирования, среди которых значимое место занимает практика использования оффшорных зон (оффшоров).

Оффшорная зона (в переводе с англ. offshore — «вне берега», «вне границ») — государство или его часть, законы которого дают возможность не платить налоги и не сдавать бухгалтерской отчетности в случае соблюдения определенных условий. [2] Иными словами, оффшор – это территория, на которой устанавливаются налоговые и иные льготы для иностранных компаний. Как правило, такие зоны располагаются на территориях небольших островов, что связано с желанием правительства данных государств поддержать за их счёт собственную экономику.

На современном этапе в мире нет однозначного списка оффшорных зон, так как различные специалисты подходят к их определению по-разному. К примеру, учётом оффшоров занимаются две крупнейшие международные организации: Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и Группа разработки финансовых мер борьбы с отмыванием денег (ФАТФ). В 2009 году участниками G20 (Большой двадцатки) был рассмотрен доклад на тему оффшорных юрисдикций, в результате которого был сформирован список оффшоров ОЭСР. Все юрисдикции в этом перечне разделили на 3 группы: «белая», «серая» и «черная» категории. Однако на протяжении последующих лет ситуация изменилась, и в «белом» списке ОЭСР сегодня находятся все юрисдикции. [3] Деятельность ФАТФ заключается в постоянном анализе территорий, национальное законодательство которых не соответствует мировым стандартам и деятельность которых может поставить под угрозу мировую финансовую стабильность.

Оффшорные зоны мира условно делятся на 3 группы:

1. страны с полным отсутствием налогов (классические оффшоры), примерами которых являются Британские, Виргинские, Багамские, Каймановы, Маршалловы острова, Панама, Доминика и др.;
2. страны с льготным налоговым режимом, к которым относят Ирландию, Эстонию, Швейцарию, Португалию и др.;
3. страны, которые, по сути, не являются оффшорными зонами, но относятся к данной категории, так как в них предусмотрена возможность освобождения от налогообложения отдельных видов деятельности или особое территориальное налогообложение. К примеру, такая практика существует в Польше, Венгрии, Латвии, Литве, Норвегии, Словакии и др.

В процессе изучения темы возникает справедливый вопрос: чем же обусловлена такая распространённость оффшорных зон? Ведь у любой крупной компании есть свой оффшор, часто, даже не один. Такая популярность

оффшоров в мире вполне объяснима, ведь в данном случае выигрывают обе стороны.

Преимущества регистрации предприятий в таких зонах для иностранных предпринимателей очевидны. Во-первых, они существенно сокращают свои расходы на уплату налогов, тем самым получая дополнительное преимущество в виде ликвидных средств, которые можно направить на развитие производства. Во-вторых, на таких территориях, как правило, действует упрощённая процедура регистрации, и отсутствует необходимость предоставления отчётности, что, несомненно, является огромным плюсом. В-третьих, в оффшорных зонах гарантируется полная конфиденциальность владельца компании. Единственным недостатком является некоторое недоверие к таким компаниям, особенно числящимся за зонами с нулевым или льготным налоговым режимом. Если важен престиж компании, то наилучшим вариантом будет регистрация предприятия в странах Европы.

Государства, на территории которых располагаются оффшорные зоны, выигрывают за счёт ежегодных пошлин, уплачиваемых нерезидентами. Так как в большинстве случаев они представляют собой небольшие острова, то даже минимальные взносы от владельцев компаний, которых обычно очень много, оказывают значительную поддержку развивающейся экономике.

Исходя из этого, наиболее популярна регистрация в оффшорах различных компаний, банков, инвестиционных фондов, трастов.

Использование оффшоров в мире совершенно законно. Однако, нередки случаи их использования для так называемого «отмывания» денег путём незаконного вывоза средств из страны. Мошенники таким образом пытаются легализовать доходы, тем самым подрывая экономику своей страны. Для пресечения подобных действий в настоящее время деятельность мировых оффшорных зон тщательно регулируется в соответствии с международными правилами по борьбе с финансированием терроризма, отмыванием денег и кибер-преступлениями, количество которых увеличивается по мере развития интернета. [4]

Таким образом, оффшорные зоны являются простым и эффективным способом уменьшения налоговых отчислений предприятия, а также гарантируют защиту собственности, конфиденциальность владельца, облегчённые требования регистрации и отчётности, возможность оптимизации вложений.

Список использованных источников

1. РИА РЕЙТИНГ [Электронный ресурс] / Рейтинг стран по ставке налога на прибыль. – Режим доступа: http://www.riarating.ru/countries_rankings/20140827/610628609.html - Дата доступа: 20.03.2016.
2. SmartTax [Электронный ресурс] / Оффшорные зоны. – Режим доступа: http://smarttax.ru/offshore_library/offshore/ - Дата доступа: 20.03.2016.

3. Finance Business Service [Электронный ресурс] / Перечень оффшорных зон ОЭСР от 02 апреля 2009 года. – Режим доступа: http://www.fbs-offshore.com/cpisok-offshornyx-zon-oesr-ot-02-aprelya-2009-goda/ - Дата доступа: 21.03.2016.

4. Оффшорные зоны. Юридическая справка онлайн [Электронный ресурс] / Оффшорные зоны мира. – Режим доступа: http://www.ofxt.ru/tax-havens/ - Дата доступа: 21.03.2016.

Горбарук Татьяна
студентка
Филитович Анастасия
ассистент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ОСОБЕННОСТИ ИНТЕГРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Современное мировое развитие характеризуется усилением экономических связей и взаимозависимостей между странами. Республика Беларусь как суверенное государство расширяет и углубляет экономические отношения на мировом рынке. В последнее десятилетие динамика внешней торговли Республики Беларусь характеризуется стремительным увеличением объемов товарооборота и услуг. Это обусловлено высокими темпами экономического роста, повышением научно-технического и транзитного потенциала, участием в интеграционных процессах в рамках СНГ, а также диверсификацией торгово-экономических отношений с другими регионами мира.

Так, в 2015 г. внешнеторговый оборот товаров Республики Беларусь составил 57 млрд долл. США, в том числе экспорт – 26,7 млрд долл., импорт – 30,3 млрд долл. К уровню 2014 г. из расчета в текущих ценах оборот внешней торговли товарами составил 74,4%, экспорт – 74,0%, импорт – 74,8%.

В 2014 г. наблюдалась следующая ситуация: внешнеторговый оборот товаров составил 76,6 млрд долл. США или 95,5% к уровню 2013 г., в том числе экспорт товаров – 36,1 млрд долл., импорт – 40,5 млрд долл., или 97,0% и 94,2% к уровню 2013 г. соответственно. В 2013 г. внешнеторговый оборот товаров Республики Беларусь составил 80,2 млрд долл. США, в том числе экспорт – 37,2 млрд долл., импорт – 43,0 млрд долл.

По итогам 2015 г. по сравнению с предыдущим годом экспорт товаров в натуральном выражении увеличился на 2,4%, импорт – сократился на 11,3% при снижении средних цен экспорта на 27,8%, импорта – на 15,6%.

Экспорт продукции представлен широкой номенклатурой. По сравнению с 2014 г. наибольший прирост стоимостных объемов экспорта пришелся на азотные удобрения (на 93,6 млн долл.), краски и лаки (на 31,7 млн долл.), древесно-стружечные плиты (на 29,8 млн долл.). Существенное сокращение стоимостного объема экспорта отмечалось на нефтепродукты (на 3 млрд долл.), сырую нефть (на 545 млн долл.), тракторы (на 364,5 млн долл.), грузовые автомобили (на 355,8 млн долл.). По импорту наиболее существенно сократился стоимостной объем поставок нефти, включая газовый конденсат (по сравнению с 2014 г. на 2 млрд долл.), природного газа (на 696,2 млн долл.), легковых автомобилей (на 693,9 млн долл.), машин и механических устройств специального назначения (на 240,6 млн долл.), вычислительных машин для автоматической обработки информации (на 192,9 млн долл.) [1].

На современном этапе развития перед Республикой Беларусь стоит задача по дальнейшему наращиванию экспорта. Одним из способов решения является поиск и освоение новых внешних рынков и выход на стратегический уровень отношений с динамично развивающимися странами.

Беларусь поддерживает торговые отношения более чем со 180 государствами мира. Основным торговым партнером Республики Беларусь является Российская Федерация, на ее долю приходится более 40% белорусского экспорта и более половины объема импорта. Второе место в товарообороте Республики Беларусь занимает Европейский союз, на долю которого приходится более 30% белорусского экспорта и пятая часть импорта. К числу европейских стран, с которыми Республика Беларусь имеет наиболее развитые торгово-экономические отношения, относятся Великобритания, Нидерланды, Германия, Литва, Италия, Польша, Латвия, Бельгия, Чешская Республика.

Динамично развиваются торговые отношения с традиционными партнерами в Латинской Америке – Бразилией, Венесуэлой, Эквадором, в Азиатском регионе – Китаем, Индией, Индонезией, Турцией.

Целесообразным является сочетание трех главных векторов географической диверсификации экспорта:

- развитие кооперации и специализации в рамках Единого экономического пространства;
- обеспечение партнерских отношений со странами Европейского союза с учетом возможного вступления в ВТО;
- расширение присутствия белорусских производителей на рынках Азии, Латинской Америки и арабских государств.

На 26 апреля 2015 г. полноправными участниками ВТО являлись 162 государства. Более 20 государств имеют статус наблюдателя ВТО. Подавляющее большинство из них, в том числе Республика Беларусь, ведут переговоры о присоединении к данной организации [2].

ВТО базируется на ряде принципов международной торговли:

- Режима наибольшего благоприятствования (если страна предоставляет другой стране какое-либо преимущество в торговле, она должна автоматически распространить такое же преимущество на торговлю со всеми др. странами);
- Национального режима (предполагает создание одинаковых условий сбыта для импортных товаров, по сравнению с идентичными товарами национального происхождения на внутреннем рынке, например взимания внутренних налогов, правовых актов, предусматривающих льготы только для национальных сельских хозяйств, или ограничения только для иностранных);
- Единообразия регулирования торговли центральными и местными органами власти;
- Гласности регулирования торговли (национальные меры должны осуществляться на основании опубликованных правовых актов, и к ним должен быть обеспечен открытый доступ всех правительств и непосредственных участников внешнеэкономической деятельности);
- Регулирования внешней торговли преимущественно тарифными методами (ставки тарифов должны базироваться на согласованных методах таможенной оценки товаров).

Интеграция в систему ВТО имеет стратегический интерес для Республики Беларусь. Для этого необходимо провести кардинальные инновационные преобразования с помощью мер, которые в рамках ВТО не допускаются. Правилами ВТО не допускается государственное субсидирование сельского хозяйства, но субсидии на инновационные разработки с определенными оговорками не запрещены. Также имеется возможность применения иностранными государствами мер по ограничению нарастающего экспорта, поступающего из Республики Беларусь, ввиду известной политики поддержки белорусским правительством экспорта и сдерживания импорта, они уже применяют реторсии. Республика Беларусь применяет ответные меры таможенно-тарифного регулирования по отношению к государствам, которые инициируют повышение торговых барьеров.

Таким образом, интеграция Республики Беларусь в мировое хозяйство требует осознания необходимости изменения подходов государственного регулирования, поведения субъектов хозяйствования и граждан, стремления к широкомасштабному сотрудничеству и международному разделению труда. Следует признать, что Республика Беларусь на современном этапе развития не готова к глобальной конкуренции и интеграции. Как видно, одновременное включение страны в глобальные и региональные процессы связано с существенными рисками и угрозами. Вместе с тем суверенное государство такого геоэкономического положения не может оставаться в самоизоляции, поскольку это означало бы консервацию низкой международной конкуренто-способности и поддержание малоэффективной внешнеэкономической деятельности. Национальная стратегия развития Республики Беларусь должна быть глобально ориентированной – конкурентоспособной и эффективной, с

позиций противодействия новым разрушающим влияниям глобализации, и прагматичной – с точки зрения использования новых возможностей и преимуществ, которые они приносят.

Для того чтобы интегрироваться в мировую экономику и производить конкурентоспособную продукцию, пользующуюся спросом не только на рынке стран ЕЭП, но и на европейском и азиатском рынке, необходимо провести качественные преобразования во всех сферах экономики и реализовать комплекс системных мер.

Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. – Минск, 1998. – Режим доступа: http://belstat.gov.by. – Дата доступа: 17.02.2016.

2. Министерство иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Министерство иностранных дел Респ. Беларусь. – Минск, 2007. – Режим доступа: http://mfa.gov.by. – Дата доступа: 17.02.2016.

Городецька Маргарита
к.е.н., доцент
Ніжинський державний університет ім. М. Гоголя
м. Ніжин
Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Маркетингові дослідження, в залежності від ступеня деталізації робіт, можна поділити на різну кількість етапів. У різних джерелах виділяють від 5 до 12 етапів. Більшість авторів виокремлюють 6 етапів, серед яких: 1) визначення проблеми; 2) розробка підходів до вирішення проблеми; 3) розробка плану маркетингового дослідження; 4) реалізація плану досліджень; 5) обробка і аналіз даних; 6) підготовка та представлення звіту і презентації.

Керівництво будь-якого підприємства, виходячи з положення на ринку, характеру визначених цілей і завдань, обраної стратегії дій, змушене вирішувати, які маркетингові дослідження й у якій послідовності необхідно проводити, які людські й фінансові ресурси слід задіяти, які дослідження здійснити власними силами, а які вигідніше замовити зовнішнім виконавцям.

Існують альтернативні варіанти маркетингових досліджень: придбання готових звітів, проведення маркетингових досліджень власними силами, залучення до досліджень сторонньої організації (аутсорсинг), а також комбінація із вищеназваних варіантів. При виборі того чи іншого варіанта необхідно враховувати низку факторів, серед яких: вартість дослідження; наявність фахівців відповідної кваліфікації із проведення досліджень; глибоке знання

технічних особливостей продукту, торгової марки; об'єктивність; конфіденційність.

Якщо підприємство зробило свій вибір на користь придбання готового звіту, то воно повинно враховувати той факт, що специфіка його об'єкту і предмету дослідження не завжди може бути відображена у такому звіті. І хоча більшість видавців випускають звіти різної тематичної спрямованості, проте є компанії, які мають вузьку спеціалізацію (наприклад, вивчають лише сировинні ринки). Перевагами такої стратегії організації маркетингових досліджень є оперативність отримання інформації, низька її вартість, відсутність впливу замовника на результати дослідження.

Готові звіти не завжди можуть вирішити конкретні завдання компанії-покупця, але вони дають загальне уявлення про ринок і можуть служити відправною точкою, наприклад, при плануванні більш серйозного дослідження.

Стосовно проведення маркетингового дослідження власними силами підприємства необхідно зауважити, що прийняти таке рішення повинен керівник маркетингового підрозділу. Це він може зробити на підставі аналізу: рівня деталізації окреслених задач (комплексне дослідження потребує більш широкого його проведення і, відповідно, значно більших ресурсів для виконання завдання); кількості співробітників служби маркетингу, які можуть бути залучені до виконання завдання, що має особливе значення при проведенні польових досліджень; рівня професійної підготовки маркетологів. Крім того, керівник маркетингової служби гарно усвідомлює, що власні маркетингові дослідження дозволяють отримувати інформацію більш оперативно і забезпечують вищу ймовірність збереження її конфіденційності. Важливим також є той факт, що такі дослідження проводитимуть співробітники компанії, які робитимуть це більш відповідально, ніж залучені фахівці.

Якщо компанія обрала проведення маркетингового дослідження шляхом залучення стороннього виконавця, то, перш за все, їй необхідно підготувати запит на проведення дослідження. Він оформляється у письмовому вигляді. Строгої форми запиту не існує. Разом з тим у ньому повинні бути відображені наступні моменти: коротка інформація про компанію-замовника; предмет дослідження (бажано досить докладно); географія досліджень; для прийняття яких рішень або для вирішення яких проблем необхідна інформація; яка інформація (з погляду замовника) необхідна; термін відповіді на запит (як правило, 2-5 днів).

Обираючи серед потенційних виконавців, компанія-замовник повинна зважати на їх досвід роботи на ринку, репутацію, перелік успішних проектів, клієнтів, методики й технології, які використовуються для проведення досліджень. Щоб отримані відомості були максимально достовірними, краще скористатися об'єктивними джерелами інформації, наприклад, звернутися до баз даних Української асоціації маркетингу.

Гребеннікова Альона
к.е.н., доцент
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ

Ведення аграрного виробництва у сучасних умовах потребує узгоджених дій усіх суб'єктів господарювання у відповідному часовому просторі, що досягається розробкою інноваційної стратегії розвитку, тобто системи довгострокових цілей інноваційної діяльності підприємства, обумовлених загальними завданнями й інноваційною ідеологією, а також вибором найбільш ефективних шляхів їхнього досягнення. Це своєрідний головний план дій, що визначає пріоритетні напрями і форми здійснення діяльності підприємства, напрям формування ресурсів і послідовність етапів реалізації довгострокових цілей, що забезпечують прогнозований загальний розвиток підприємства.

Загалом можна стверджувати, що інноваційна стратегія – це системна концепція, яка забезпечує ефективний розвиток підприємства. Розробка будь-якої інноваційної стратегії як науково-дослідний процес передбачає: постановку цілей, визначення пріоритетних напрямів і форм діяльності, оптимізацію структури та розподіл ресурсів, розробку інноваційної політики за найбільш важливими напрямами діяльності, постійну взаємодію із зовнішнім середовищем та оцінку передбачуваних результатів впровадження.

Перехід до інноваційної стратегії розвитку підприємства передбачає:

• розробку стратегічних цілей та завдань;
• оцінку інноваційного потенціалу;
• аналіз тенденцій у маркетинговій діяльності в науково-технічній сфері;
• визначення інноваційних стратегій з можливими альтернативами;
• підготовку детальних оперативних планів, програм, проектів, бюджетів;
• оцінку діяльності підприємства відповідно прогнозів та планів;
• внесення відповідних коригувань в цілі та стратегію підприємства в цілому на основі нових умов і можливостей.

Концепція стратегічного управління відображає чітке стратегічне позиціювання підприємства, об'єднане в системі принципів і цілей його функціонування, механізмі взаємодії суб'єкта й об'єкта управління, характері взаємовідносин між елементами господарської й організаційної структури і формах пристосування до змін зовнішнього середовища в умовах ринкової економіки [1, 2]. Розробка стратегії інноваційного розвитку базується на попередній оцінці досягнутого стратегічного рівня розвитку підприємства і подальшому осмисленні можливості впровадження інновацій у діяльність цього господарюючого суб'єкта.

На основі узагальнення праць вітчизняних та зарубіжних вчених виділено такі напрями інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств (рис. 1.).

Виходячи із загальнодержавної стратегії розвитку сільського господарства, можна виділити такі завдання розвитку аграрних підприємств:

Рис. 1. Основні напрями інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств.

- підвищити рівень конкурентоспроможності основних видів продукції тваринництва в умовах ринкових відносин;
- збільшити чисельність поголів'я худоби та птиці, нарощення обсягів виробництва тваринницької продукції;
- створити додаткові робочі місця в сільській місцевості та збільшити дохід населення;
- розширити асортимент сільськогосподарської продукції;
- удосконалити структуру посівних площ;
- упроваджувати сучасні технології, системи сівозмін та нові сорти сільськогосподарських культур;
- налагодити нові канали збуту продукції;
- технічно переоснастити сільськогосподарські підприємства.

На нашу думку, для інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств необхідно використати комплексний підхід, тобто створити систему цілей. Цього можна досягти за допомогою декомпозиції цілей та завдань, тобто побудови «дерева цілей». Відповідно до цього генеральною метою інноваційного розвитку України є стійкий ріст добробуту населення країни (вершина «дерева цілей»).

Щоб досягти поставлених цілей і одержати прибуток від запровадження інновації у виробництво, сільськогосподарському підприємству необхідно виконувати ряд умов та вимог [3]:

- мати чітку уяву про обсяг попиту потенційних споживачів на новий товар, його переваги на ринку перед вже існуючими способами задоволення даної потреби;

- розрахувати необхідний для розвитку виробництва обсяг ресурсів, врахувавши всі фактори, скласти прогноз економічного потенціалу новинки;
- забезпечити відповідну кваліфікацію персоналу, його готовність до змін та експериментів;
- правильно організувати процес впровадження інновації у виробництво, його гнучкість та швидкість в ухваленні управлінських рішень.

Сучасний інноваційний розвиток сільськогосподарських підприємств здебільшого зводиться до технічного переоснащення виробництва, установки нового обладнання, реконструкції, розширення, будівництва нових комплексів.

Технічний розвиток підприємства – процес формування і вдосконалення техніко-технологічної бази підприємства, орієнтованої на кінцеві результати його господарської діяльності за рахунок техніко-технологічних нововведень.

Розвиток техніко-технологічної бази будь-якого аграрного підприємства на основі інноваційної стратегії має здійснюватися у поєднанні з організаційним прогресом. У свою чергу організаційний прогрес проявляється у вдосконаленні діючих і застосуванні нових методів і форм організації виробництва і праці, елементів господарського механізму тощо.

Сьогодні запровадження інновацій в аграрне виробництво визначає напрям розвитку господарства в цілому, обумовлює загальну стратегію його діяльності.

Список використаних джерел

1. Виханский О.С. Стратегическое управление./ О.С. Виханский. – 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Гардарика, 1998. — 296 с.
2. Водачек Л. Стратегия управления инновациями на предприятиях / Л.Водачек, О.Водачекова [Пер. со словац.], сокр. – М.: Экономика, 1989. – 167 с.

Методичні рекомендації щодо формування регіональних стратегій розвитку, Затверджені наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 29 липня 2002 р. № 224.

Гриценко Анна
аспірант
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

НАУКОВІ ОСНОВИ СУТНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Протягом останнього десятиліття в Україні посилилися тіньові процеси у сфері економіки, міжнародна конкуренція на національних ринках. Мінливість та невизначеність зовнішнього середовища ставить під загрозу існування економічної системи вцілому. За таких умов найважливішою потребою будь-якого субєкта господарювання є потреба у безпеці.

Саме тому актуальність дослідження категорії «економічна безпека підприємства» за останні роки значно зросла.

Суперечливість поглядів науковців, щодо визначення сутності поняття «економічна безпека підприємства» вимагає його дослідження та уточнення, що дозволить адаптувати його до сучасних умов господарювання.

У науковій літературі можна знайти багато визначень поняття «економічна безпека підприємства». Переважна більшість науковців визначає економічну безпеку підприємства як головну засаду діяльності підприємства.

А.П. Дикий зазначає, що «вперше поняття «економічна безпека» почало застосовуватися на Заході у зв'язку із зростанням проблеми обмеженості ресурсів і розпадом колоніальної системи, що призвело до порушення традиційних зв'язків між постачальниками ресурсів, життєво необхідним індустріальним суспільством. Сутність економічної безпеки полягає у забезпеченні поступального економічного розвитку суспільства з метою виробництва необхідних благ та послуг, які задовольняють індивідуальні та суспільні потреби» [3, с.14]

У результаті аналізу наукової літератури, щодо визначення поняття «економічна безпека підприємства» нами було згруповано їх відповідно до основних підходів, що розкривають його зміст: цільовий, правовий, інформаційний, ресурсно-функціональний, захисний, стійкісний, ітеративний, гармонізаційний, фінансовий, системний.

Відповідно до цільового підходу Тимофеев Т.В., Наумова Л.Г. [6] зосереджують свою увагу, при визначенні економічної безпеки підприємства на його можливість досягати поставлених цілей за певних умов. Слід зазначити, що такий підхід акцентує свою увагу на залежності від пріоритетів системи цілей керівників і власників, які можуть використовувати в якості критеріїв безпеки вимоги, які між собою викликають протиріччя, наприклад, мінімальний ризик і максимальна дохідність інвестицій.

Відповідно до правового підходу економічна безпека підприємства визначаються, як стан при, якому досягається захищеність життєво-важливих та законних інтересів підприємства від зовнішніх і внутрішніх негативних чинників, що забезпечить стабільність його розвитку. Проте, це визначення не розкриває в повному розумінні сутність економічної безпеки, оскільки не враховує виробничу та операційну діяльність підприємства.

У вузькому розумінні визначається економічна безпека підприємства відповідно до інформаційного підходу, як система забезпечення збереження внутрішньої інформації підприємства, щодо його діяльності та комерційної таємниці. Такий підхід не враховує вплив внутрішнього та зовнішнього середовища на безпеку діяльності підприємства.

Більш ширшим є дослідження поняття економічної безпеки підприємства за допомогою ресурсно-функціонального підходу згідно з яким, Судоплатов А.П., Лєкарєв С.В. [4, с.3] також відзначають, що це поняття характеризується станом виробничих, правових та економічних відносин, інтелектуальних, інформаційних і матеріальних ресурсів, які забезпечують стабільне функціонування підприємства.

Відповідно до захисного підходу основним елементом до визначення поняття «економічна безпека підприємства» визначено – «загрозу», яка є індикатором небезпеки. Деякі дослідники відзначають, що відсутність загроз і небезпек являють абсолютну економічну безпеку підприємства, інші – як «своєчасну реакцію на зміни в зовнішньому середовищі», яка забезпечує «адаптацію підприємства до умов його існування» [2, с.71]

Значно узагальнюють і доповнюють дану думку Білошкурська Н.В. та Білошкурський М.В. [1] характеризуючи , економічну безпеку підприємства станом захищеності від несприятливого впливу дії факторів внутрішнього і зовнішнього походження, який досягається за допомогою адаптованості до змін, ефективності використання виробничих ресурсів, розробки і реалізації напрямів розвитку, які забезпечать стійке функціонування та гармонізацію власних інтересів та інтересів суб'єктів зовнішнього середовища.

Стійкісний підхід базується на здатності підприємства зберігати рівновагу та стійкість. З цією метою, економічна безпека підприємства характеризується кількісними і якісними властивостями з точки зору здатності системи до самовиживання і розвитку в умовах дії важкопрогнозованих та непередбачуваних внутрішніх і зовнішніх факторів.

Ітеративний підхід поділяє поняття економічна безпека підприємства на три сфери: мікро-, макро-, метасферу. Отже, економічна безпека підприємства – це система взаємопов'язаних «сфер», яка забезпечує: власне функціонування, економічну безпеку вищого рівня (регіону, держави), сферу взаємодії суспільства і природи. Цей підхід на рівні філософського осмислення дозволяє, за допомогою дедуктивного методу осмислити сутність економічної безпеки підприємства, як однієї із найважливіших ланок у забезпеченні не тільки національної а й Всесвітньої безпеки.

Відповідно до гармонізаційного підходу економічна безпека підприємства – стан гармонізації економічних інтересів підприємства в часі і в просторі з інтересами пов'язаних з ним суб'єктів зовнішного середовища, які діють за межами підприємства. Цей підхід враховує тільки стан зовнішнього середовища та не бере до уваги мікрорівень підприємства.

З точки зору фінансового підходу економічна безпека підприємства розглядається, як комплекс заходів, які підвищують рівень фінансової стійкості господарюючих суб'єктів в умовах невизначеності ринкової економіки, які захищають їх комерційні інтереси від впливу ринкових негативних процесів.

Системний підхід розглядає економічну безпеку підприємства, як стан господарської системи, а саме виробничої її склаадової, який забезпечує стабільність та ефективний розвиток підприємства. Так, «під економічною безпекою будь-якої системи необхідно розуміти сукупність властивостей стану виробничої підсистеми економічної системи, яка забезпечує можливість досягнення цілей усієї системи» [5, с.37]. Проте ці визначення не враховують

інші складові елементи системи економічної безпеки підприємства, а беруть лише до уваги виробничу.

Отже, аналіз та систематизація теоретичних підходів щодо обгрунтування сутності економічної безпеки підприємства, дає змогу трактувати її, як стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів, захищеності від загроз та комплекс заходів, які на основі аналізу кількісних і якісних характеристик економічних показників підприємства, їх властивостей та дослідженні чинників впливу на його діяльность, забезпечують конкурентоспроможність, стійкість, стабільність, незалежність, розвиток і прогресивність в умовах постійного впливу та змін факторів зовнішнього і внутрішнього середовища.

Список використаних джерел:

1. Білошкурська Н.В. Теоретичні аспекти економічної безпеки підприємств [Електронний ресурс] / Н.В. Білошкурська, М.В. Білошкурський // Сталий розвиток економіки. – 2013. - №2. – С.85-89. Режим доступу : http://dspace.udpu.org.ua:8080/jspui/bitstream/6789/103/1/Teoretychni_aspekty_ekonomichnoi_bezpeky_pidpryiemstv.pdf
2. Гавкалова Н.Л., Чаплигіна Ю.С. Підходи щодо визначення безпеки підприємства / Н.Л. Гавкалова, Ю.С. Чаплигіна // Економіка розвитку. – 2011. – №4(60). – С.68–71.
3. Дикий А.П. Економічна безпека підприємства: сутність та шляхи забезпечення / А.П. Дикий: Materialy II Miedzynarodowey naukowe-praktycznej konferencji [«Wykztalcenie i nauka bez granic – 2005»], 19-27.
4. Судоплатов А. П. Безопасность предпринимательской деятельности : [практ. пособие] / А.П. Судоплатов, С.В. Лекарев − М. : ОЛМА-ПРЕСС, 2001. – 381 с.
5. Тамбовцев В. Л. Объект экономической безопасности России / В. Л. Тамбовцев // Вопросы экономики. – 1994. – №12. – С.35-42.
6. Тимофеев Т.В. Экономическая безопастность и управление риском предприятия / Тимофеев Т.В., Наумова Л.Г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://btb-group.ru/publikacii/?art_id=6

Гуцул Тетяна
к.е.н., доцент
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м.Київ
Україна

ВИРОБНИЦТВО МОЛОКА В ГОСПОДАРСТВА НАСЕЛЕННЯ

Основними товаровиробниками молока в Україні в 2015 році були господарства населення: їхня частка становить понад 75 % загального обсягу виробленого молока всіма категоріями господарств. Проте існують певні відмінності в межах України. Так, в центральних та північно-східних областях

(Черкаська, Полтавська, Київська, Чернігівська, Сумська), а також деяких східних областях їх частка нижча від середнього по Україні і не перевищує 70 % в структурі виробництва молока. А західні та південно-західні регіони характеризуються більш суттєвою часткою господарств населення – до 98 %.

Питома вага господарств населення у загальній кількості молока, яке здане на молокопереробні підприємства в 2015 році становила 56%, а це на 22,5% менше ніж в 2014 році. При цьому середня ціна закупівлі молока і молочних продуктів для особистих господарств населення зросла на 17,2% і у 2015році становила 2840,8 грн./т. Незважаючи на це, значна частка виробленого молока у господарствах населення залишається у виробників і використовується для власного споживання, реалізується на споживчому ринку, згодовується тваринам. В цілому товарність молока в господарствах населення, які мають молочних корів, становить 35% і вказує на те, що тільки кожне третє домогосподарство працює на ринок.

Причини низької товарності молока у господарствах населення пояснюються перш за все тим, що переробні підприємства не зацікавлені закуповувати молоко через низьку якість сировини. В 2015 році від господарств населення надійшло на молокопереробні підприємства молока вищого ґатунку надійшло лише 0,1%, а ґатунку екстра лише 34 тони (менше 0,01% від загальної кількості зданого молока). В той же час від сільськогосподарських підприємств переробні підприємства отримала – 35,2% молока вищого ґатунку і 10,3% ґатунку екстра. Переважна більшість (86,4%) молока від господарств населення – це другий ґатунок [1].

Великі ферми, які постачають сировину вищої якості відповідно отримують і кращу ціну – в середньому вдвічі вищу, ніж господарства населення. Недосконалою також залишається і організація заготівель молока від населення.

Вирішення проблеми підвищення товарності виробництва молока в особистих господарствах населення заключається у тому, щоб подолати натуральний характер господарювання через продаж частки виробленої продукції. Одержуючи кошти від реалізації продукції, селянин купляє засоби виробництва та інші споживчі товари. Такі дії відкривають можливості нагромадження і є передумовою поступового переходу на підприємницьку діяльність. Тому чим вище товарність продукції, яка виробляється в господарствах населення, тим більше таке господарство є підприємницьким та працює на формування ринку молока та молокопродуктів.

Починаючи з 2005 р., виробництво молока в господарствах населення зменшується. Головними причинами, що обумовили цю тенденцію, наступні:

- старіння та зменшення кількості сільського населення;
- відсутність економічної мотивації утримувати корів для товарного виробництва молока;
- складна ситуація із формуванням кормової бази, а саме зменшення можливостей щодо використання природних пасовищ і сіножатей.

Для збільшення частки реалізації молока та молочної продукції, виробленої в господарствах населення, Верховна Рада України ухвалила Закон

«Про внесення змін до Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів» (щодо реалізації на агропродовольчих ринках продукції домашнього виробництва та подвірного забою). Законом запроваджується можливість продажу на ринку відповідних категорій продукції домашнього виробництва та подвірного забою (в тому числі молоко необроблене, сир домашнього виробництва) за умови підтвердження їхньої придатності за результатами випробувань (досліджень) державної лабораторії ветеринарно-санітарної експертизи, яка знаходиться на агропродовольчому ринку, державним інспектором, який знаходиться на цьому ж ринку. Цей закон набрав чинності з 01 січня 2015 року [2].

Молокопереробні підприємства реалізують певні заходи, що підтримують та стимулюють розвиток молочного виробництва в господарствах населення. Створюються нові молокоприймальні пункти в селах, надається підтримка окремим посередникам, що займаються самостійною заготівлею молочної сировини від населення. Також протягом тривалого періоду практично без змін для виробників молока діє механізмів підтримки через спрямування частини ПДВ молокопереробних підприємств на дотації для постачальників молока, який також поширюється і на господарства населення. Наслідком таких підтримуючих дій є процеси укрупнення та трансформації особистих селянських господарств щодо поголів'я корів. Саме подібні формування, що переважно надають товарну пропозицію молока від господарств населення, сьогодні потребують системної та комплексної підтримки як на рівні збуту продукції, так і на рівні дорадчих, ветеринарних та інших послуг.

Список використаних джерел:

1. Державна служба статистики [Електронний ресурс] : Сільське, лісове та рибне господарство.- Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/
2. Укрмолпром [Електронний ресурс] : Парламент дозволив реалізацію молочної продукції на ринках. - Режим доступу: http://www.ukrmolprom.kiev.ua/ua/novini/novini/396-novyizakon

Даценко Ірина
аспірант
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Методичні підходи економічного аналізу лежать в основі наукових економічних досліджень. Саме тому важливо при здійсненні інвестиційної діяльності сільськогосподарськими підприємствами використовувати ефективні методичні підходи оцінки інвестиційних проектів.

Вибір методичного підходу в кожному окремому випадку, повинен бути здійснений фахівцем в інтересах підприємства. Вибір найбільш ефективної

методики оцінки інвестицій сільськогосподарськими підприємствами лежить в основі достовірності отриманих результатів.

Для вирішення питання якими методичними підходами користуватися при оцінці ефективності інвестицій сільськогосподарськими підприємствами необхідно з'ясувати, які з існуючих в економічній науці методики є в найбільшій мірі репрезентативними.

Методологічним проблемам оцінки інвестиційних проектів присвячені наукові праці багатьох вітчизняних науковців, серед них О. Гальчинський, О. Гудзинський, І. Бланк, О. Дацій, М. Дем'яненко, О. Крисальний, М. Кропивко, М. Малік, П. Саблук, О. Савченко, В Трегобчук, В. Яценко. Проблемами та особливостями інвестиційного забезпечення агропромислового комплексу присвячено праці таких провідних вчених, зокрема як А. Гайдуцький, С. Кравченко, Г. Лайко, Г. Мостовий, М. Кісіль, О. Олійник, Б. Пасхавер, В. Юрчишин та ін., проте практика застосування запропонованих методів вказує на те, що вони потребують постійних переглядів та удосконалень в сучасних умовах постійних змін.

Відомо, що інвестиційна діяльність здійснюється у формі реалізації інвестиційних проектів. Проте реалізації кожного окремого інвестиційного проекту передусім мають передувати такі етапи оцінки порівняння результатів, витрат і визначення ступеня ефективності інвестиційного проекту.

Найбільш застосовуваними на думку автора є дві методики оцінки інвестиційних проектів: методика приведених витрат та методика дисконтування чистого доходу.

Методика приведених витрат розраховуються на основі первинних грошових потоків та включає в себе такі показники як: норма прибутку, період окупності системи, середню ставку доходу, річний економічний дохід. Дана методика в більшій мірі використовувалась в умовах командно-адміністративної системи.

Методика дисконтування чистого доходу розраховуються на основі грошових потоків, приведених до теперішнього часу шляхом дисконтування. Показниками цієї методики є: дисконтований період окупності, індекс прибутковості, внутрішня норма рентабельності, чиста теперішня вартість. Метод дисконтування чистого доходу ще часто вважають більш прогресивним та динамічним.

Кожен з наведених показників кожної з методики визначає певні результати реалізації інвестиційних проектів. Проте жоден з них сам по собі не є достатнім для прийняття рішення щодо реалізації інвестиційного проекту. Адже потрібно приймати з урахуванням економічних показників усіх учасників інвестиційного проекту.

Саме тому взаємодія вище перерахованих показників відбувається завдяки комплексній оцінці спеціалістів аграрних підприємств, залучені до оцінки інвестиційного проекту, використовуючи відповідні методики оцінки, технічні

засоби, програмне забезпечення і опрацьовують необхідну інформацію для визначення ефективності того чи іншого проекту.

Ефективність інвестицій оцінюють у ринковій економіці частіше з використанням методів дисконтування чистого доходу, якими називають показники, ґрунтовані на розрахункові цінності грошей у часі, згідно якою одна і та сама сума грошей на даний момент коштує більше, ніж у будь-який наступний момент часу: адже вона інвестована і в майбутньому принесе дохід, тобто збільшиться. Важливий етап такого розрахунку – визначення норми дисконту, за використання якої порівнюють різночасові доходи та витрати конкретного проекту, відображаючи переваги інвесторів, оскільки в цій нормі мають бути враховані такі чинники як: економічна нерівнозначність однорідних благ, можливість використання коштів з метою отримання доходу, ризик конкретного проекту [1].

Отже, за методикою дисконтування чистого доходу, яка ґрунтується на часовій теорії грошей, по-перше, всі грошові потоки за проектом приводяться до поточної вартості. По-друге, ця методика враховує концепцію альтернативності ресурсів, по-третє, вона використовує також концепцію прогнозування грошових потоків на основі оцінки місткості ринків, майбутніх цін, ставок на фінансових ринках тощо. По-четверте, враховується період життя проекту, і по-п’яте, інфляція при порівнянні грошових потоків [2].

Методика дисконтування чистого доходу оцінки економічної ефективності інвестиційних проектів, звісно, краща за методику приведених витрат, однак і вона не позбавлена недоліків. Досить суперечливим є її основний принцип, а саме приведення всіх грошових потоків, передбачених проектом, до поточної вартості [3].

Існують різні підходи до розуміння принципу дисконтування. Дехто стверджує, що він дозволяє врахувати зміну вартості грошей у часі. Інші вважають, що часова теорія грошей використовується неадекватно. На думку автора, підхід до оцінки ефективності інвестиційного проекту, має бути системним і включати розрахунки за методикою дисконтування чистого доходу і за методикою приведених витрат. Це дозволить більш комплексно розглянути ефекти використання інвестицій.

Ряд науковців для вирішення проблеми неадекватності існуючих методик пропонують альтернативний підхід до оцінки економічної ефективності інвестицій, який ґрунтується не на дисконтуванні грошових потоків, а на їх нарощуванні, або компаудингу, тобто на приведенні до майбутньої вартості [2]. Йдеться про модифіковану концепцію вартості грошей у часі, яка дає змогу визначити реальні економічні результати від експлуатації інвестиційного проекту за конкретний проміжок часу та врахувати недоліки дисконтної методики інвестиційного аналізу.

Узагальнюючи сказане, можна сказати, що сучасний етап розвитку суспільства характеризується постійними трансформаційними перетвореннями, в тому числі це стосується і сільськогосподарських підприємств України, які і

так не встигають за Європейськими тенденціями розвитку та рівнем ефективності, та ще й значно швидший потік інформаційних та технологічних перетворень складають складність для багатьох підприємців. Тому розглянемо особливості, які виникають під час оцінки ефективності інвестиційного забезпечення.

Перша особливість – це не розуміння поняття економічної сутності капіталу, та прибутковості альтернативного вкладення коштів в інвестиційні проекти.

Друга особливість є в нерозумінні економічного змісту показників ефективності інвестицій. Так наприклад дисконтування залишається за межами практичного розуміння.

Третя особливість полягає в тому, що не завжди існує розуміння того що прямі інвестори та кредитори мають на меті різні цілі, часто ці цілі навіть є полярними один до одного. Адже кредитор зацікавлений виключно у вчасному поверненні власних коштів, а прямий інвестор часто має підвищений інтерес та більш вмотивований, тому доцільно здійснювати подвійні оцінку: економічну оцінку інвестиційного проекту в цілому та оцінку економічної ефективності власного капіталу за умов повного використання всіх зобов'язань перед кредитором.

Список використаних джерел

1. Денисенко М.П., Гречан А.П. Методи оцінки ефективності інвестиційних проектів інноваційних компаній // Проблеми науки. – 2005. – №10. – с.110-112.

2. Ковальчук О.В. Формування та реалізація державної інвестиційної політики // Проблеми науки.- 2004. -№12. – с.16-17.

3. Никифоров А.Є. Промислова політика: Навч.посіб. – 2-ге вид., перероб. Та допов. – К: КНЕУ,2008. – 464с.

Дзюба Тетяна
асистент
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

СУЧАСНИЙ СТАН ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Питання гарантування продовольчої безпеки є надзвичайно актуальним у світовому масштабі, адже продовольча безпека є однією з основних складових економічної безпеки будь-якої країни. Для розкриття суті продовольчої безпеки аналізують стан продовольчого ринку, економічну доступність продуктів харчування, рівень їх споживання, тощо.

Україна є одним з лідерів експорту аграрної продукції в світі по багатьом позиціям. Зокрема, Україна займає перше місце у світі по експорту соняшникової олії (4,3 млн. тон), а також посідає передові місця по експорту пшениці,

кукурудзи, ячменю, сої, курятини, сухого молока, продуктів бджільництва та яєць. Попри те, останніми роками відбулося різке погіршення ситуації в економіці України, що вкрай негативно вплинуло на рівень доходів населення та його купівельну спроможність, і в результаті, на економічну доступність продуктів харчування, яка являється одним з принципів формування продовольчої безпеки.

За офіційними даними, ціни на продовольчу продукцію в Україні в 2014 році зросли на 24,8%, а у 2015 на 41,5%. Це найбільша інфляція за останні 20 років. На продукти харчування населення почало витрачати більшу частину своїх зарплат. І це незважаючи на те, що з раціону майже зникли дорогі фрукти і овочі, м'ясо, і навіть молочна продукція. Зокрема, у 2014 році загальні сукупні витрати одного домогосподарства складали 4048,89 гривні на місяць, та безпосередньо витрати на харчування − 2170,29 гривні, з яких близько 24% припадали на придбання м'яса та 14% молока .

Значна частина населення немає змоги купувати необхідну кількість продуктів харчування для забезпечення активного і здорового життя, більшість почали купувати дешеві продукти, якість яких бажає залишати кращого.

За даними Держстату України за 2014 рік середньодобова поживність раціону українця становила 2939 ккал, що на 30 ккал менше ніж у 2013 році. Разом з тим вона на 17,6 % перевищує мінімальний граничний критерій (2500 ккал), але й досі є нижчою від рекомендованої раціональної норми поживності раціону. При цьому, як і в попередні роки, основну частку калорій українці отримували від продукції рослинного походження (понад 71%), і лише 28,9 % середньодобового раціону забезпечувалося за рахунок продукції тваринництва, що в 1,9 рази нижче від встановленого граничного критерія (55 %).

Таблиця 1

Споживання харчових продуктів населенням України у 2014 році

(*на особу на рік, кг)*

Назва продукту	Норма споживання		Фактичне споживання
	раціональна	мінімальна	
Хліб і хлібопродукти	101	94	108,5
М'ясо і м’ясопродукти	80	52	54,1
Молоко та молокопродукти	380	341	222,8
Риба та рибопродукти	20	12	11,1
Яйця, шт..	290	231	310
Овочі та баштанні	161	105	163,2
Плоди та ягоди	90	68	36,3
Картопля	124	96	141,0
Цукор	38	32	36,3
Олія рослинна	13	13	13,1

**За даними Держстату України*

Як бачимо з наведених даних, задоволення потреб населення у продовольстві здійснювалося, в основному, за рахунок продукції вітчизняного виробництва. Найбільший розрив спостерігається у споживанні плодів та ягід, риби і молочної продукції, рівень їх фактичного споживання навіть нижчий за мінімальну норму споживання.

Таблиця 2

Обсяги імпорту та експорту за основними видами продовольства у 2014 році, тис. тон

Назва продукту	**Імпорт**	**Експорт**
Зерно	242	28782
М'ясо і м’ясопродукти	332	261
Молоко та молокопродукти	548	785
Риба та рибопродукти	452	-
Яйця	5	118
Овочі та баштанні	237	389
Плоди та ягоди	1172	400
Картопля	23	18
Цукор	11	83
Олія рослинна	296	3353

*За даними Держстату України

Лідируючі позиції по експорту посідають зернові, олія рослинна, та яйця. Найбільш уразливими позиціями, з точки зору імпортозалежності залишаються позиції «риба та рибопродукти» і «плоди та ягоди», в основному, це продукція, яка не виробляється в Україні, а саме екзотичні фрукти, риба з водойм морських економічних зон інших держав, тощо.

Вирішення питання із поліпшення стану продовольчої безпеки потребує комплексного підходу.

Для цього треба вжити низку заходів:

- забезпечення зростання доходів і життєвого рівня населення, що, в свою чергу, обумовить зростання попиту на продукти харчування;
- підвищення рівня розвитку інфраструктури внутрішнього ринку та розвитку інноваційних технологій в сфері сільського господарства;
- підвищення інвестиційної привабливості вітчизняної економіки і конкурентоспроможності вітчизняної продукції;
- подолання корупції, як основної перешкоди для інвестицій і розвитку бізнесу;
- удосконалення нормативно-правового, фінансового, інформаційного і кадрового забезпечення сільськогосподарської галузі, що включає в себе створення системи пільгових кредитів для аграріїв, створення ефективної системи захисту довкілля в АПК, тощо.

Дібрівський Віталій
студент
Чміль Ганна
к.е.н., ст. викладач
Харківський державний університет харчування та торгівлі
м. Харків
Україна

ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах сьогодення кожне підприємство зацікавлено в ефективному управлінні своєю маркетинговою діяльністю. Необхідні навички аналізу ринкових можливостей, вміння відбирати доцільні задачі, розробка ефективного комплексу маркетингу, тощо. Суть стратегічного маркетингу, насамперед, полягає в пошуку ефективних рішень, які будуть спрямовані на задоволення потреб споживачів та здобуття конкурентних переваг за допомогою ринкових заходів.

Сьогодні можна стверджувати, що концепція розробки ефективної маркетингової стратегії підприємства базується на тлумаченнях таких відомих науковців, як Ф. Котлер [1], С. Гаркавенко [2], О. Шканова [3], Дж. Блайт [4], але на мою думку необхідно покращити цю концепцію, адже досконалості немає меж. Маркетингова стратегія підприємства має бути збалансована і враховувати не лише бажання, а й можливості підприємства [5]. Вагому роль відіграє послідовність етапів розробки цієї стратегії і належне виконання кожного з них.

Перераховані вище науковці стверджують таку загальну послідовність:

1) Сегментація ринку;
2) Позиціонування;
3) Визначення основних елементів комплексу маркетингу.

Всі етапи розробки супроводжуються управлінськими рішеннями, які залежать від зовнішніх (політичних, соціальних, економічних, технологічних, ринкових) та внутрішніх факторів (виробничих, збуту, реклами, фінансових, організаційних та інших) [6].

Кожна маркетингова стратегія базується на певних конкурентних перевагах залежно від позиції підприємства на ринку. Завжди мають бути альтернативні варіанти.

Враховуючи наведені загальні положення, було визначено, що розробка маркетингової стратегії підприємства несе насамперед індивідуальний характер, в залежності від можливостей та цілей підприємства, ситуації ринку послуг і товарів. «Індивідуалізація» маркетингових зусиль, вміння адаптуватись під нові умови грає провідну роль в комерційному успіху підприємства.

Вибір маркетингової стратегії залежить від ситуації, у якій перебуває підприємство. Існує достатня кількість засобів їх реалізації. Підприємство, ситуація якого розглядається, є одним з провідних у своїй галузі в межах країни. Враховуючи чинники макросередовища та мікросередовища, переживає не

найкращі часи свого існування. Проаналізувавши його діяльність в сфері маркетингу, були запропоновані нові методи діяльності, які повинні покращити економічні показники підприємства.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: Как создать, завоевать и удержать рынок / Ф. Котлер ; пер. с англ. В.А. Гольдича и А.И. Оганесовой ; науч. ред. Б.А. Соловьев. – М. : АСТ, 2008. – 272 с.
2. Гаркавенко С.С. Маркетинг / С.С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2009. – 280 с.
3. Шканова О. М. Маркетинг послуг: посібник для ВНЗ / О. М. Шканова. – К, : 2010. – 302с.
4. Блайт Дж. Основы маркетинга / Дж. Блайт ; пер. с англ. М.Ю. Зарицкой. – К. : Знання-Прес, 2008. – 493 с.
5. Ащаулов В.В. Особливості формування маркетингової стратегії підприємства в умовах конкурентного ринку: Зб. статей. Економіка, облік та управління на підприємстві - З, : КПУ, 2012. – 88-91с.
6. Тягунова Н.М. Чинники, що визначають конкурентні стратегії торговельних підприємств споживчої кооперації: Зб. статей. Економіка торгівлі та послуг – П, : ПУЕТ 2013. – 199-203с.

Добрівська Мар'яна
аспірант
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

БІОЕКОНОМІКА В ЄС

Нераціональне використання природних ресурсів, потенційно незворотні зміни глобального клімату та відсутність здатності зупинити втрату біорізноманіття утворюють серйозну загрозу біологічної основи європейського суспільства. Протягом наступних десятиліть населення світу, як очікується, збільшиться до більш 9 млрд у 2050 році. Ці складні і взаємопов'язані завдання необхідно буде вирішувати за допомогою комплексної та ефективної політики в поєднанні з розширеною програмою наукових досліджень та інновацій в цілях покращення способу життя і використання ресурсів на всіх рівнях економіки.

Для того, щоб бути в змозі впоратися зі зростанням світового населення, експлуатацією природних ресурсів, збільшенням навантаження на навколишнє середовище та зміною клімату, Європа повинна змінити спосіб його організації виробництва, споживання, переробки та відновлення її біологічних видів сировини. Біоекономіка була запропонована в якості одного з ключових елементів на шляху до сталого економічного розвитку [1].

Рис. 1. Оборот біоекономіки в ЄС, 2,1 трлн євро (EU-28, 2013)
Джерело: [2]

Аналіз даних Євростату 2013 року показує (рис. 1), що загальний оборот біоекономіки в ЄС-28 становить 2,1 трлн євро [2], з яких 19% утворюється в сільському господарстві, 2% в лісовому господарстві, 1% з тютюнових виробів, 0,6% за рахунок біопалива, 4% з біоенергетики, 3% з текстилю, лісова промисловість та папір і паперові вироби по 8% кожен, хімікати та пластик, фармацевтика по 2%, а продукти харчування разом з напоями становлять 50% від загального обороту [3].

На наступному рисунку (рис. 2) зображено розподіл загальної зайнятості біоекономіки в ЄС, що становить 18,3 млн робочих місць по секторах [2].

Рис. 2. Зайнятість біоекономіки в ЄС, 18,3 млн робочих місць (EU-28, 2013)
Джерело: [2]

З рисунку 2 видно, що найбільший відсоток, а саме 54% припадає на сільське господарство, де утворюється найбільша кількість робочих місць, а от щодо біопалива та тютюнових виробів то вони займаються по 0,2% кожен, що є секторами з найменшою зайнятістю.

З вищезазначеного можна зробити висновок, що біоекономіка в Європі служить в якості інструменту для розвитку сільського господарства, сільських районів, енергетичної незалежності, а також забезпечення продовольчої безпеки, пом'якшення наслідків зміни клімату, передачі знань від науки до практики та ін.

Список використаних джерел

1. Building a Bio-based Economy for Europe in 2020. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://www.bio-economy.net/reports/files/building-a-bio-based-economy-for-Europe-in 2020.pdf.

2. Piotrowski S. European Bioeconomy in Figures. [Електронний ресурс] / S. Piotrowski, M. Carus, D. Carrez – Режим доступу до ресурсу: http://biconsortium.eu/sites/biconsortium.eu/files/news-image/16-03-02-Bioeconomy-in-figures.pdf.

3. Report quantifies employment, turnover impacts of EU bioeconomy. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://biomassmagazine.com/articles/13022/report-quantifies-employment-turnover-impacts-of-eu-bioeconomy.

Дорощук Мария
студентка
Наумчик Анастасия
студентка
Бухтик Марина
к.э.н, доцент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

АНАЛИЗ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ. ПОДДЕРЖКА ЭКСПОРТЁРОВ И ЗАЩИТА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ

Экспортно-импортные потоки товаров и услуг оказывают значительное влияние на состояние экономики страны. Так, например, экспорт товаров и услуг способствует росту уровня ВВП, совокупного спроса, рабочих мест, а также является источником пополнения золотовалютных запасов страны. Но если при этом импорт товаров и услуг значительно превышает экспорт, то ВВП начинает снижаться, уровень безработицы растёт и как следствие благосостояние населения падает. С целью недопущения такой ситуации в стране государством разрабатывается определённая система поддержки экспорта и защиты

национальных производителей от импорта, что выражается в использовании определённых методов финансового механизма.

В условиях глобализации влияние международной торговли на рост национальной экономики значительно усиливается. Поэтому важным является изучение динамики экспорта и импорта товаров и услуг в Республике Беларусь.

Первоначально необходимо отметить, что в последнее десятилетие динамика внешней торговли Республики Беларусь характеризуется стремительным увеличением объемов товарооборота. Это обусловлено высокими темпами экономического роста, повышением научно-технического и транзитного потенциала, участием в интеграционных процессах в рамках СНГ, а также диверсификацией торгово-экономических отношений с другими регионами мира [3]. Однако на протяжении последних четырёх лет (2012–2015 гг.) наблюдается отрицательная динамика данного показателя (Таблица 2.1). Так в 2013 г. по сравнению с предыдущим годом он снизился на 13,2% и составил 80266 млн долл. В 2014 г. величина оборота товарами упала до 77180 млн долл., что на 3,8% меньше предыдущего года. В 2015 показатель составил 56998 млн долл., то есть на 26,2 % ниже показателя 2014 года.

Таблица 1

Динамика внешней торговли товарами в Республике Беларусь за 2012–2015 гг., млн долларов США, в текущих ценах

	2012 г.	**2013 г.**	**2014 г.**	**2015г.**
Объём внешней торговли товарами	92 464	80 226	77 180	56 998
Экспорт	46 060	37 203	36 392	26 686
Импорт	46 404	43 023	40 788	30 312
Сальдо	-344	-5 820	-4 396	-3 626
Со странами СНГ	53 834	48 224	45 789	32 418
Экспорт	23 693	23 015	21 301	14 074
Импорт	30 141	25 209	24 488	18 345
Сальдо	-6 448	-2 194	-3 187	-4 272
С другими странами	38 630	32 002	31 391	24 580
Экспорт	22 367	14 188	15 091	12 613
Импорт	16 263	17 814	16 300	11 967
Сальдо	6 104	-3 626	-1 209	646

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [1, с. 70]

Данное падение обусловлено как снижением стоимостного объёма экспорта, так и объёма импорта товаров. Так за 2012 г. было экспортировано товаров на сумму 46060 млн долл. В 2013 г. данный объём снизился на 19,2% по сравнению с 2012 г. и составил 37203 млн долл. В 2014 г. эта величина упала до 36392 млн долларов, т.е. снизилась по сравнению с 2013 г. на 2,2%. В 2015 году объём экспорта составил 26 686, что на 26,7 % ниже чем в предшествующем году.

Проанализируем географическую структуру экспорта товаров, приведённую в таблице 1.

В 2012 г. доля экспорта в страны СНГ в общем объёме экспорта товаров составила 51,4%. В 2013 г. данный показатель возрос до 61,9%, в 2014 г. снизился до 58,5%,а в 2015 снизился ещё на несколько процентных пунктов и составил 56,8%. В 2012, 2013, 2014 и 2015 гг. доли экспорта в государства вне СНГ составили 48,6%, 38,1%, 41,5% и 43,2% соответственно. Анализ данной структуры показал, что приоритетным направлением внешнеэкономической деятельности Республики Беларусь является сотрудничество со странами СНГ.

Таким образом, можно сказать, что внешняя торговля товарами в Республике Беларусь постепенно уменьшается. При этом основными торговыми партнёрами по-прежнему остаются страны СНГ.

Как показывает международный опыт, существующие системы поддержки экспорта нацелены на оказание финансовой поддержки экспортерам посредством схем выдачи гарантий, страхование рисков, предоставление кредитов, способствующих успешному продвижению национальных товаров и услуг на зарубежные рынки [2, с. 15].

В настоящее время большинство стран переносят акцент на финансирование экспорта через специальные экспортные кредитные агентства. В США, Канаде, Великобритании, Тайване и ряде других стран действуют так называемые интегрированные агентства, которые занимаются как предоставлением кредитов и гарантий, так и страхованием экспортных операций.

Следует отметить, что в Беларуси не наблюдается системного подхода по созданию экспортного кредитного агентства, несмотря на все его достоинства. Если исходить из концепции раздельного кредитного агентства, в стране функционирует только один его элемент – страхование экспортных рисков с поддержкой государства, осуществляемое Белорусским республиканским предприятием экспортно-импортного страхования «Белэксимгарант». Но при этом спектр оказываемых им услуг меньше, чем у аналогичных ЭКА за рубежом [2, с. 15].

Второй же элемент – специализированный экспортно-импортный банк (Эксимбанк) – отсутствует и за кредитом экспортеры должны обращаться в любой банк страны, который не способен оказать эффективную поддержку экспорту, т.к. по своей природе банк нацелен на извлечение прибыли, а не на стратегические долгосрочные, рассчитанные на 5–10 лет проекты.

Таким образом, одним из направлений улучшения экспортных операций в Республике Беларусь является формирование четкой концепции раздельного экспортного агентства и определение его структуры, включающей государственную организацию занимающуюся как предоставлением кредитов и гарантий, так и страхованием. Также улучшить состояние экспортных потоков можно осуществив расширение в соответствии с международной практикой перечня услуг страхования экспорта, предоставляемых Белорусским республиканским предприятием экспортно-импортного страхования «Белэксимгарант» либо усовершенствовав уже имеющиеся.

Ещё одним направлением улучшения системы экспорта является создание в рамках раздельного экспортного агентства государственного экспортно-импортного банка (Эксимбанка) Беларуси, который бы выступал не конкурентом частных коммерческих банков и страховых организаций, а дополняющим их государственным агентством. Функции и услуги, предоставляемые Эксимбанком Беларуси должны быть аналогичны тем, которые возложены на такие же агентства за рубежом.

Что касается создания в Республике Беларусь Эксимбанка, то оно приведёт к ряду положительных эффектов. У эксимбанков более широкие задачи и возможности, нежели у обычных коммерческих банков. Например, Эксимбанк США осуществляет предэкспортное финансирование (гарантирует возврат кредитов в комбанках для пополнения оборотного капитала). Также он оказывает поддержку не только американским экспортерам, но и покупателям американских товаров. При желании, даже вы лично можете получить кредит от Эксимбанка США[2] .

Таким образом основные проблемы действующей системы поддержки экспорта в Республики Беларусь можно решить осуществив предложенные преобразования, благодаря чему система поддержки отечественных товаропроизводителей в Республике Беларусь выйдет на новый уровень, что будет способствовать увеличению экспорта и стабилизации экономической ситуации в стране.

Список использованных источников

1. Беларусь в цифрах: стат. справочник / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь; редкол.: И.В. Медведева [и др.]. – Минск: Белстат, 2016. – 76 с.

2. Точицкая, И. Система стимулирования и поддержки экспорта в Беларуси в контексте международного опыта / И. Точицкая. – Минск: Исследовательский центр ИПМ, 2012. – 17 с.

3. Внешняя торговля Беларуси // Министерство иностранных дел Республики Беларусь [Электронный ресурс] – 2015. – Режим доступа: http://mfa.gov.by/export/. – Дата доступа: 20.03.2016.

Дубок Анна
студентка
Македон Галина
асистент
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
м. Ніжин
Україна

ПРІОРИТЕТИ ІНВЕСТУВАННЯ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВИХ ПОДІЙ

В умовах суспільної нестабільності та військових подій посилилася важливість забезпечення населення держави продовольством і нарощування експортного потенціалу. Аграрний сектор економіки поки що забезпечує

стабільні надходження валюти, що за хронічного її дефіциту має неабияке значення для стримування інфляції і задоволення оборонних потреб. Тому для держави нині життєво важливо зберегти позитивну динаміку доходів агровиробників та їх платежів до бюджету, що забезпечується лише при зростанні інвестицій. Проте їх обсяги у сільському господарстві з 2014 р. почали зменшуватися (табл. 1).

Таблиця 1

Інвестиції у виробництво продукції сільського господарства України в 2010-2014 рр.

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
Інвестиції, всього, млн грн	2171	2866	3150	3140	2656
в % до попереднього року	116	132	110	100	85
Припадає інвестицій, грн:	103,1	135,8	2012 р.	148,1	125,9
на 1 га сільськогосподарських угідь на 1 працюючого	3354	4523	5049	5318	4655
Частка сільського господарства в інвестиціях в економіці, %	7,8	7,5	7,9	7,0	8,4

Скорочення інвестицій у сільське господарство загрожує не лише суттєвим зменшенням обсягів виробництва і збуту його продукції, а й усього ВВП держави та її обороноздатності. У зв'язку з цим поряд із заходами військового характеру нині необхідно першочергово здійснити заходи щодо активізації інвестиційної діяльності в аграрному секторі. Вони дадуть поштовх для розвитку інших галузей і сфер економіки, активізації економічної діяльності населення та дрібного агробізнесу, зростання доходів бюджетів усіх рівнів, а в кінцевому рахунку, зміцнення безпеки держави.

Пріоритетність інвестування розвитку аграрної сфери в сучасних умовах доцільно забезпечувати шляхом застосування усіх можливих важелів економічного її регулювання і здійснення порівняно дешевих організаційно-економічних, фінансових та інших заходів, зокрема тих, що дозволяють усунути корупцію, рекет й інший вплив тіньових структур, гарантують права інвесторів і можливість повернення залучених коштів. Поряд з ощадливим використанням коштів бюджету слід інвестувати їх на заходи із збереження державного майна, яке буде необхідне після закінчення військових подій. Це кошти невеликі, але необхідні.

Необхідно через порівняно маловитратні заходи сприяти розвитку інвестиційної діяльності сільського населення та малих агропідприємств. Це стосується, насамперед, невеликих, порівняно дешевих але масових проектів, що передбачають використання незадіяних виробничих потужностей і об'єктів; створення нових виробничих потужностей у короткі строки; виробництво дефіцитної та імпортозалежної продукції для задоволення внутрішнього попиту;

зростання експортного потенціалу та залучення до цього суб'єктів малого і середнього агробізнесу.

За нинішніх військових подій слід очікувати, що великий агробізнес збереже відносну сталість своєї діяльності, оскільки темпи зростання світового попиту на продовольство випереджують його пропозицію. Тому військові події найбільш негативно впливатимуть на інвестиційну діяльність малого агробізнесу. Його пріоритетному розвитку найкраще сприятимуть заходи щодо: збільшення виробництва м'яса свиней, ВРХ, овець, птиці, кролів, і молока в особистих та фермерських господарствах й інших малих сільськогосподарських підприємствах шляхом підтримки нового будівництва і технічного переозброєння їх потужностей; створення кооперативних агроформувань у сфері заготівель, транспортування, доробки і перероблення сільськогосподарської продукції; прискорення розвитку логістичної та експортної інфраструктури; реалізації експортно орієнтованих проектів із залученням іноземних джерел фінансування.

Проблему імпортозаміщення і зростання обсягів споживання м'яса можна успішно вирішити шляхом створення невеликих і дешевих свиноферм у особистих селянських господарствах. Важливо також збільшити обсяги виробництва молока у фермерських господарствах і господарствах населення. З цією метою слід надавати їм допомогу в створенні невеликих молочних ферм.

Необхідно максимально використовувати можливості механізмів залучення прямих іноземних інвестицій та інвестиційних ресурсів закордонних компаній, а також фондових і кредитних ринків. Проте практика залучення прямих іноземних інвестицій в Україні поки що не відповідає очікуванням щодо їх обсягів, структури і ролі. В 2010-2014 рр. через погіршення інвестиційного клімату та військові події відбувся їх відтік на 30 %. У випадку припинення військових подій та покращення умов для діяльності іноземних інвесторів можна очікувати, що їх вкладення в аграрний сектор держави будуть помірно зростати до 850-900 млн дол. США в 2020 році.

Національні агрокомпанії до цього часу залучали значні кошти на світовому фондовому ринку. Проте у 2014 р. надходження цих коштів призупинилося. Надалі необхідно відновлювати довіру фондових інвесторів до цінних паперів агрокомпаній, які здійснюють діяльність поза зоною військових подій. Ця довіра буде відновлюватися, якщо іноземні компанії будуть впевнені в позитивному для українського агробізнесу розвитку подій.

У міжнародній інтеграції національного аграрного сектору економіки беруть участь великі агрокомпанії. Проте в загальнодержавному масштабі вона буде успішною тоді, коли в ній максимально будуть задіяні усі форми господарювання, зокрема малі. Залучення малого агробізнесу до інтеграційних процесів можливе лише на основі кооперування і спільної діяльності особистих і фермерських господарств та сільськогосподарських підприємств.

Участі малого агробізнесу у міжнародній інтеграції в умовах війни також могли б сприяти заходи щодо залучення іноземних кредитів для створення

мережі пунктів із заготівлі молока з особистих селянських господарств і потужностей для його перероблення в сухе молоко і масло на експорт, а також забезпечення населення якісним молоком.

Необхідно забезпечити доступ середніх та малих підприємств до експорту зерна і сформувати мережу їх зернових кооперативів шляхом залучення іноземних кредитів під закупівлю необхідного імпортного обладнання, формування товарних партій цієї продукції та її реалізації на зовнішньому і внутрішньому ринках. Досвід розроблення в ННЦ «ІАЕ» відповідних проектів свідчить, що орієнтовна вартість створення елеваторних потужностей з розрахунку на 1 т одноразового зберігання складає: на 3 тис. т - 399 дол. США, 5 тис. т - 371 і на 10 тис. т - 300 дол. США.

З метою активізації процесів міжнародної інтеграції аграрного сектору економіки слід також здійснювати заходи щодо: створення сприятливого інвестиційного клімату в державі, подолання корупції, розвитку ринкових інститутів тощо; організаційної підтримки інвестиційних проектів міжнародної інтеграції за участю малих і середніх сільськогосподарських підприємств, фермерських та особистих селянських господарств.

Отже, при здійсненні інвестиційної політики в аграрній сфері в умовах війни слід забезпечувати підтримку інвестиційних проектів за пріоритетними їх напрямами, надавати перевагу порівняно менш капіталомістким, здійснюваним малим агробізнесом, кооперативними формуваннями, а також із залученням іноземного капіталу.

Список використаних джерел:

1. Кісіль М.І. Інвестиційний проект створення міні-свиноферми в особистому селянському господарстві / М.І. Кісіль, Д.С. Черненко. – К.: ННЦ «ІАЕ», 2013. – 67 с.
2. Методичні рекомендації з організації сімейних ферм в Україні (на прикладі ферм з виробництва молока) / [Ю.О. Лупенко, М.Й. Малік, М.І. Кісіль та ін.]. – К.: «ІАЕ», 2014. – 60 с.

Дуга Вікторія
ст. викладач
Херсонський інститут МАУП
м. Херсон,
Україна

СВІТОВІ ТРЕНДИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО АГРОТУРИЗМУ

Агротуризм є одним з найвпливовіших феноменів економічного і соціального розвитку сільських територій. Ключовою умовою успішного розвитку агротуристичної діяльності є відповідність загальносвітовим трендам, розумне запозичення позитивних та ефективних методів ведення агротуристичного бізнесу.

Затребуваність з боку туристів, які обирають відпочинок на селі багато в чому залежать не тільки від суто національних чинників, але в не меншій мірі актуальних трендів агротуризму. Найбільш значущими світовими трендами, які визначатимуть майбутнє агротуризму і в Україні є наступні.

1. Активне користування соціальними мережами та мобільними технологіями. Даний тренд пов'язаний зі створенням глобальних систем туристської навігації, систем дистрибуції послуг, інтернет-порталів з мобільною версією і туристичних реєстрів на базі регіональних туристично-інформаційних центрів, віртуальних турпродуктів, електронних туристичних карт і корпоративних сайтів. Агротуристичні послуги просуваються переважно в соцмережах, а також угрупованнях туристів. Залучені в різних інтернет-інтерактивах подорожують набагато частіше, генеруючи для економіки країни за рахунок внутрішнього туризму більше фінансових потоків ніж незареєстровані користувачі [1].

2. Туристи стали подорожувати частіше, але на більш короткі терміни. Найчастіше це пов’язано з розбивкою відпусток.

3. Зміщення сезонності (ламання стереотипів відпочинку у певний сезон). Досвідчені туристи вибирають відпочинок не просто «влітку на пляжі» чи «взимку на лижах». Однією з причин зрушень сезонності є зміна посткризової свідомості: у людей з'явилося чітке розуміння, що життя проходить зараз і його не потрібно відкладати на потім, а крім роботи важливо звертати увагу на сім'ю, здоров'я, особистісний розвиток [6].

4. Зміщення пріоритету зі стандартного відпочинку в селі на користь інноваційних форм занять в агротуризмі. Серед туристів популярні гастрономічні фестивалі, дегустаційні винні тури, дієтичні, тури-детокс та інші [2].

5. Поява сегменту туристів, яким важливо отримати враження, переживання, знання, вміння, корисний досвід.

6. Активний розвиток руху Slow Cities (Cittaslow) і приєднання до нього сіл. Це спільнота невеликих міст, головними принципами яких є захист навколишнього середовища, пропаганда культурного розмаїття та унікальність, створення умов для здорового способу життя, атмосфера добросусідства і гостинності. Філософію міжнародного руху, який виник в Італії, можна визначити як «рівновагу». Як висловився один з ідеологів руху Карл Оноре в своїй книзі «Як перестати поспішати і почати жити»: «Поспішати потрібно, тільки коли це необхідно, мета – знайти свій правильний темп, tempo giusto» [3]. Члени руху (невеличкі міста, села) роблять упор на збереженні традицій в культурі, архітектурі, їжі (SlowFoods) і при залученні туристів акцентують свою унікальність.

7. Посилення заходів з охорони навколишнього середовища, «озеленення» агротуризму. Розвиток агротуризму і захист навколишнього середовища відбувається на комплексній взаємозалежній основі.

8. Поява специфічного, преміального сегменту туристів (заможні люди, які піклуються про своє здоров'я і навколишнє середовище). Ці люди обирають агро- та екологічний туризм, готові навіть переплачувати за свіжі й натуральні

продукти, прагнуть уникати різних хімічних та інших добавок, обирають екологічні способи подорожей [4].

9. Стимулювання бізнесу і наукових досліджень в суміжних з агротуризмом «зелених» областях, як фармацевтика, натуральна косметика, органічне землеробство, енергозбереження і т.д. Відбувається охоплення «зелених» напрямів у всіх сферах життєдіяльності місцевих громад, подібні проекти стають основою інноваційного розвитку регіонів [5].

Комплексна і систематична діагностика загальносвітових (глобальних) трендів і адаптація їх до національних особливостей дозволить належним чином забезпечити розвиток вітчизняного агротуризму.

Список використаних джерел

1. Гуцол А.В. Інноваційні технології в туризмі: Навчальний посібник. – Северодонецьк: ПП «Поліграф-Сервіс», 2015. – 343 с.
2. Зінько Ю.В., Рутинський М.Й., Горішевський П.А. Інноваційні форми занять в сільському туризмі та агротуризмі// Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2011. – Вип.163. – Частина 1. – С.30-38.
3. Карл Оноре. Без суеты: Как перестать спешить и начать жить. — М.: Альпина Паблишер, 2014. – 260 с.
4. Козырева О. А. Туризм 2015: мировые тренды// Вестник РМАТ. – 2014 , – № 4. – С.3-7.
5. Кудла Н.Є. Сільський туризм: основи підприємництва та гостинності: Навчальний посібник / Н.Є. Кудла. –К.:ЦУЛ,2015. –152с.
6. Ястремська О. О. Сучасні світові тенденції розвитку туризму // Проблеми економіки. – 2013. – №1. – С.22-27.

Дуйсебаева Айжан
м.э.н., ст. преподаватель
Университета «Нархоз»
г. Алматы
Республика Казахстан

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРЕДПРИЯТИЯМИ МАЛОГО БИЗНЕСА ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ

Маркетинг сегодня является философией бизнеса и позволяет современным компаниям предвидеть желания потребителей и удовлетворять их потребности. Использование маркетинговых технологий является не просто организацией и управлением компанией, но и позволяет привнести творческий подход в процесс управления.

В условиях усиливающейся конкуренции на рынке успех компании определяется эффективностью маркетинга и маркетинговых программ. Знание актуальных инструментов маркетинга и умение применять их на практике дает конкурентное преимущество компаниям, помогает достигать успеха на рынке. Возрождение России невозможно без пристального изучения особенностей маркетинга в сфере малого бизнеса в тесной увязке с элементами рыночного механизма, его принципами, функциями [3].

Маркетинг — центральная функция управления малым бизнесом, так как его целью является определение потребности покупателей и мобилизация ресурсов фирмы для удовлетворения этих потребностей. По мере обострения конкуренции в экономике значение концептуализации маркетинга усиливается [2]. Маркетинг, как концепция управления предприятием в условиях конкуренции стал известен благодаря эффективности его применения в коммерческой сфере.

Сегодня доходы компании зависят от ее умения наладить активные контакты с покупателями путем изучения рынка, создания эффективных систем распределения, продвижения, стимулирования продаж. Существенным дополнением к этим системам являются уровень корпоративной культуры и социальная ответственность каждого исполнителя за результаты предпринимательского труда перед обществом.

В связи с тем, что каждая фирма действует в специфических условиях и решает свои конкретные задачи, система маркетинга претерпевает значительные изменения в зависимости от того, где она внедряется. Данный факт служит одной из причин того, что маркетологи должны учитывать отраслевые особенности при увязке ресурсных возможностей и запросов потребителей в рыночной среде.

Тщательный анализ и учет совокупных факторов рыночной среды — залог коммерческого успеха для любой малой организации. Для развития крупного бизнеса, который должен стать основой функционирования любой экономики, необходимо создание малого и среднего предпринимательства. Маркетинг способен стать одной из ведущих функций в становлении малого бизнеса в условиях рыночной экономики.

Считается, что серьезным барьером для распространения маркетинговых технологий в малом бизнесе является жесткая ограниченность финансовых ресурсов предприятия. Крупное производственное объединение может себе позволить маркетинговое исследование хотя бы ради эксперимента, сознавая риски при этом и ни в коем случае не отменяя привычные технологии. Малое предприятие же, вряд ли решится на крупные маркетинговые затраты. Однако специалисты отлично знают, что маркетинговые технологии, даже такие, как исследования рынка или прямые продажи, не обязательно требуют больших вложений и часто могут быть выполнены силами самого предприятия. Известно также, что прямые убытки от пренебрежения маркетингом зачастую на порядок превышают «сэкономленные» средства.

Маркетинг в отраслях сферы малого бизнеса — комплексная система управленческой, регулирующей и исследовательской деятельности,

учитывающая отраслевые особенности и направленная на удовлетворение потребностей общества в соответствии с покупательским спросом. В результате главная цель маркетинга заключена в удовлетворении потребностей общества с учетом материальных и духовных запросов. Основные направления маркетинговой деятельности являются ключевыми составляющими всех стадий воспроизводственного процесса — от производства материальных благ, их распределения, обращения до стадии конечного потребления.

Технологии маркетинга разнообразны, но преследуют единую цель – повысить конкурентоспособность предприятия и того продукта, который оно представляет на рынке. Рассмотрим наиболее инновационные технологии маркетинга, которые позволяют малым и средним предприятиям более эффективно адаптироваться в условиях конкуренции.

Уже существующей, но всегда актуальной является технология маркетинговых исследований. Под маркетинговыми исследованиями понимается систематический сбор, отображение и анализ данных по разным аспектам маркетинговой деятельности. Маркетинговые исследования снижают уровень неопределенности и касаются всех элементов комплекса маркетинга и его внешней среды по тем ее компонентам, которые оказывают влияние на маркетинг определенного продукта на конкретном рынке.

На малых предприятиях, как правило, маркетинговые исследования проводят собственными силами. При этом менеджеры предприятия выполняют многие управленческие функции и разрабатывают маркетинговую стратегию развития малого предприятия. При этом проведение исследований должно сопровождать все стадии стратегического планирования маркетинговой деятельности предприятия. Особенно актуальным это является в момент организации деятельности малого предприятия, когда необходимо определить потребности рынка и в процессе осуществления контроля за реализацией стратегии, когда необходимо корректировать маркетинговую деятельность в условиях быстро меняющихся и всевозрастающих потребностей потребителей.

Маркетинговые исследования рынка товаров и услуг являются важной мерой повышения эффективности деятельности предприятий.

После определения маркетинговых позиций предприятия возникает необходимость в создании стратегии, адаптированной к внешней среде и конкурентным преимуществам предприятия и того товара, той услуги, которые малое предприятие собирается предложить на рынке потребителям.

Эффективным маркетинговым инструментом в условиях инновационного развития экономики, является система маркетинговых коммуникаций, одним из элементов которой, является реклама. Рекламная кампания предприятия имеет целью создать у потенциального потребителя полное представление о своих товарах (услугах), включая их полный спектр, качество, стоимость. Наиболее эффективным средством продвижения товаров и услуг чаще всего выступает реклама в средствах массовой информации.

Реклама так же призвана создавать своими средствами имидж. В первую очередь посредством построения таких образов, которые вызывают у людей яркие впечатления. В этом и состоит психология имиджирования. В профессиональном отношении лидируют службы «паблик рилейшнз». Они занимаются заказным имиджированием.

Сильный имидж предприятия, становится необходимым условием достижения организацией устойчивого и положительного делового успеха. И этому есть вполне разумное объяснение. Во-первых, сильный имидж дает эффект приобретения организацией определенной рыночной силы, что приводит к снижению чувствительности к цене на товары или услуги этой организации. Во-вторых, уменьшает заменямость товаров, а значит, защищает предприятие от атак конкурентов и укрепляет позиции относительно товаров-заменителей. В-третьих, сильный имидж облегчает доступ фирмы к ресурсам разного рода: финансовым, информационным, человеческим [1].

Маркетинговые решения тесно связаны с эффективностью предпринимательской деятельности. Ошибки в принятии решений имеют серьезные последствия. Это не только угроза банкротства, потеря финансовых средств, но и потеря имиджа. При усиливающейся конкуренции на рынке успех малого предприятия определяется эффективностью маркетинга и маркетинговых программ. Знание актуальных инструментов маркетинга и умение применять их на практике дает конкурентное преимущество предприятиям, помогает достигать успеха на рынке.

Таким образом, в условиях инновационной экономики необходимым условием существования и развития малого предприятия, является формирование и реализация маркетинговой стратегии их деятельности, основанная на применении маркетинговых технологий.

Список литературы

1. Алешина И. В. Поведение потребителей. - М.: Фаир-Пресс, 2000.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга / Пер. с англ. – М: Прогресс, 2015г.
3. Синяева И.М. Земляк С.В., Синяев В.В. Маркетинг в предпринимательской деятельности. – М: Дашков и Ко, 2008.

Елшибаев Ракымжан
к.э.н., доцент
Университет Нархоз
г. Алматы
Республика Казахстан

УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ

Товарная политика предполагает определенный курс действий товаропроизводителя или наличие у него заранее обдуманных принципов поведения. Она призвана обеспечить преемственность решений и мер по формированию ассортимента и его управлению; поддержанию

конкурентоспособности товаров на требуемом уровне; нахождению для товаров оптимальных товарных ниш (сегментов); разработке и осуществлению стратегии упаковки, маркировки, обслуживания товаров. Отсутствие товарной политики ведет к неустойчивости структуры ассортимента из-за воздействия случайных или преходящих текущих факторов, к потере контроля над конкурентоспособностью и коммерческой эффективностью товаров. Принимаемые руководителем текущие решения в таких случаях нередко основываются исключительно на интуиции, а не на трезвом расчете, учитывающем долговременные интересы. Товарная политика, хотя и очень важная, но тем не менее лишь составная часть хозяйственной и маркетинговой политики предприятия. В силу этого принцип «товар выбирает покупателя» в сочетании с созданием для покупателей широких возможностей выбора должен закладываться непосредственно в производстве. Система конструирования, моделирования, дизайна, механизм стимулирования должны ориентироваться на конкретного потенциального потребителя, в расчете на которого производитель собирается выпускать товары.

Разработка и осуществление товарной политики требуют соблюдения как минимум следующих условий: четкого представления о целях производства, сбыта и экспорта на перспективу; наличия стратегии производственно-сбытовой деятельности предприятия; хорошего знания рынка и характера его требований; ясного представления о своих возможностях и ресурсах (исследовательских, научно-технических, производственных, сбытовых) в настоящее время и в перспективе.

В условиях необходимости мобилизации все более крупных ресурсов для решения производственно-сбытовых и иных задач, неопределенности коммерческих результатов (особенно при экспорте) требуется тщательная проработка всего комплекса вопросов, входящих в товарную политику. Необходимо продуманное на длительную перспективу решение таких проблем, как: оптимизация ассортимента (номенклатуры) производимых изделий с учетом их потребительских характеристик и особенностей технологии производства; темпы обновления продукции в целом и по отдельным ее видам с учетом жизненного цикла; соотношение новых и «старых» изделий в программе, новых и освоенных рынков при сбыте; уровень обновления товаров; выход на рынок с принципиально новыми видами продукции; выбор времени выхода на рынок с новыми товарами и изъятия из программы существующих, но теряющих рыночные позиции товаров, и др.

Товарная политика призвана обеспечить преемственность решений и мер по формированию ассортимента и его управлению, поддержанию конкурентоспособности товаров на требуемом уровне, нахождению для товаров оптимальных товарных ниш, разработке и осуществлению стратегии упаковки, маркировки, обслуживанию товаров. Таким образом, грамотно и тщательно продуманное управление товарной политикой позволяет оптимизировать процесс обновления ассортимента и служит для руководства предприятия ориентиром общей направленности действий, позволяющим регулировать текущие ситуации и

планировать стратегические цели развития предприятия на долгосрочный период. Отсутствие стратегического курса действий организации, без которого нет и долгосрочной товарной политики, может привести к финансовым потерям.

Товарная политика маркетинга включает формирование ассортимента товаров и управление им, повышение качества и конкурентоспособности продукции, определение соотношения новых и старых товаров, анализ жизненного цикла продуктов, нахождение для них оптимальных сегментов и ниш, стратегию упаковки, присвоения товарных знаков и обслуживания [1].

Товарная политика предприятий требует согласования между собой проблем, связанных с отдельными товарными единицами, товарным ассортиментом, товарной номенклатурой, присвоением марочных названий, упаковкой и сервисным обслуживанием [2].

Процесс управления товарной политикой может осуществляться на нескольких уровнях [3]:

– уровень стратегического управления предприятием рассматривает принципиальные вопросы существования и развития товарных линий (уровень стратегических бизнес-подразделений);

– на функциональном уровне решаются вопросы внутри каждой товарной линии, рассматриваются вопросы, касающиеся отдельных товаров (уровень продуктово-рыночных комбинаций).

Товарная политика включает в себя элементы, представленные на рисунке 1. Для успешного осуществления управления товарной политикой необходимо взаимодействие всех элементов товарной политики, представленных на рисунке 1, сотрудничество различных производственных и маркетинговых подразделений, при этом объединяющей организационной единицей может стать отдел научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок (НИОКР).

Рис. 1. Элементы товарной политики предприятия

Сущность управления товарной политикой предприятия раскрывается в функциях управления, которые состоят в следующем:

– планирование эффективного товарного ассортимента продукции, марки, упаковки, сервисных услуг;

– организация процесса управления товарной политикой предприятия;

– координация деятельности маркетинговых служб в области управления товарной политикой предприятия;

– мотивация работ по формированию оптимального товарного ассортимента продукции.

– анализ и систематическое наблюдение за управленческими решениями в области формирования товарной политики предприятия.

Таким образом, управление товарной политикой – это комплекс мероприятий, согласуемых между собой, направленных на достижение общей экономической цели развития предприятия. При этом товарная политика рассматривается как важнейшая составная часть общей деятельности и поэтому находится в тесной связи с производственной, финансовой, сбытовой, инновационной, и сервисной сферами деятельности предприятия.

Список использованных источников

1. Голубков Е.П. Основы маркетинга: Учебник. М.: Финпресс, – 2013г. – 289с.

2. Управление маркетингом / Под ред. А.В.Короткова, И.М.Синяевой. − М.: ЮНИТИ-ДАНА, – 2014г. – 289 с.

3. Ассэль Г. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для ВУЗов. – М.: ИНФРА-М, 1999. – XII, 804 с.

Євтушенко Володимир
здобувач
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

ІНВЕСТУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ СКОТАРСТВА

Актуальність проблеми конкурентоспроможності продукції скотарства особливо зросла після вступу України до СОТ та виходу на ринки ЄС. Ця проблема має кілька аспектів, включаючи вибір критерію оцінки рівня конкурентоспроможності, встановлення взаємозв’язку ціни і якості, економічного ефекту й ціни споживання продукції. Підприємство для забезпечення конкурентоспроможності своєї продукції повинно здійснювати контроль по групах параметрів, тобто по якості й по витратах на виробництво й реалізацію, стежити за конкурентами й кон’юнктурою ринку. Звідси, виробництво конкурентоспроможної продукції завжди ефективно для виробника.

Переміщення значної частки виробництва молока і м'яса з сільськогосподарських підприємств у господарства населення призвело до зниження конкурентоспроможності на внутрішніх та зовнішніх ринках молочної і м'ясної продукції, зробило проблематичним досягнення її якості згідно з вимогами СОТ та ЄС. Тому розробка комплексу науково-обгрунтованих економіко-організаційних заходів розвитку молочного скотарства в Україні мають стати пріоритетним завданням для представників влади.

Конкурентоспроможність продукції нерозривно пов'язана з ефективністю її виробництва. Залучення приватних інвестицій та вдосконалення основних засад державної аграрної політики підтримки галузей скотарства повинно сприяти формуванню конкурентного середовища й еквівалентних відносин на ринку продукції цієї галузі, що забезпечить збільшення обсягів його виробництва. Це, в свою чергу, призведе до збільшення виробництва на основі підвищення інтенсивності вирощування, концентрації та спеціалізації. Відновлення обсягів виробництв яловичини та нарощування чисельності поголів'я великої рогатої худоби безпосередньо залежатиме також від рівня рентабельності ведення галузі. Одним із шляхів зниження збитковості його виробництва є підвищення продуктивності тварин та рівня їх концентрації.

В Україні існує два реальних шляхи збільшення обсягів виробництва яловичини: розвиток галузі спеціалізованого м'ясного скотарства, окупність продукції якого можна досягти за рахунок підвищеної закупівельної ціни за високі якісні показники, і відгодівля понад ремонтного молодняку до високих вагових категорій у молочному скотарстві.

Головним завданням при цьому є забезпечення високої інтенсивності росту бичків за мінімальних енергетичних витрат в спеціалізованих підприємствах з вирощування і відгодівлі тварин. Важливо, щоб максимальні прирости живої маси бичків в Україні були одержані за рахунок підвищення рівня споживання худобою дешевших об'ємистих кормів власного виробництва.

Для обґрунтування економічної доцільності створення спеціалізованих підприємства нами був розроблений інвестиційний проект з вирощування і відгодівлі молодняку великої рогатої худоби на 3000 голів. На комплексі передбачається вирощування і відгодівля молодняку з 6 місячного віку (з середньою живою масою 156 кг) до 18 місячного віку (з живою масою 521 кг) з наступною відправкою тварин на забій.

У процесі дослідження фінансова модель інвестиційного проекту будівництва комплексу з вирощування і відгодівлі 3000 голів молодняку великої рогатої худоби була використана для оцінювання ефективності інвестицій за різних варіантів їх здійснення (табл. 1).

Дані таблиці 1 свідчать про можливість досягнення задовільних показників виробництва продукції вирощування в живій масі при новому будівництві комплексу та при досягненні середньодобового приросту тварин 1016 г та реалізації виробленої продукції за проектними цінами. Рівень рентабельності виробництва продукції скотарства може досягати при цьому 32,38%.

Таблиця 1

Основні показники діяльності комплексу з вирощування і відгодівлі 3000 голів молодняку великої рогатої худоби за різних варіантів інвестування

Показники	Варіант будівництва	Варіант реконструкції
Кількість працівників, чол.	19	
Площа посіву для виробництва кормів, га	1641	
Середньорічне поголів'я тварин	3053,00	
Середньодобовий приріст, г	1016,6	
Виробництво продукції вирощування (жива маса), т	1133,0	
Реалізація тварин на забій (жива маса), т	1585,1	
Виручка від реалізації продукції скотарства, млн. грн	62,89	
Виробнича собівартість 1 т продукції вирощування (жива маса), грн	27626,08	26842,03
Повна собівартість 1 т продукції вирощування (жива маса)	28830	28023,62
Собівартість реалізованої продукції, млн грн	45,72	44,44
ПДВ, млн. грн	2,36	2,46
Виручка після сплати ПДВ, млн. грн	60,52	60,42
Прибуток, млн грн	14,81	15,98
Рівень рентабельності виробництва продукції скотарства, %	32,38	36,0
Рівень рентабельності виробництва продукції вирощування (жива маса),%	35,28	39,2
Період окупності проекту (PP), міс.	153	124
Внутрішня норма рентабельності (IRR), %	2,87	6,2
Індекс прибутковості (PI) (184 місяці)	0,677	0,88

Джерело: розрахунки автора

Зменшення обсягу інвестицій при реконструкції комплексу порівняно з його будівництвом зумовлює підвищення економічної ефективності виробництва продукції скотарства. Собівартість 1 т продукції вирощування худоби в живій масі зменшується на 2,8% при збільшенні рівня рентабельності на 3,74 відсотка. Величина прибутку в цілому по комплексу збільшується на 1,17 млн грн.

Таким чином, підвищення конкурентоспроможність продукції скотарства тісно пов'язана з інноваційною та інвестиційною політикою підприємства та держави.

Єлісєєва Оксана
д.е.н., професор
Матвєєва Наталія
студентка
Дніпропетровський національний університет ім. Олеся Гончара
м.Дніпропетровськ
Україна

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ УКРАЇНИ

З пришвидшенням тривалості економічних циклів та низьким рівнем фінансового забезпечення інноваційної діяльності, особливої актуальності набуває пошук ефективних інструментів у виборі, плануванні та реалізації маркетингової стратегії за умов високого рівня мінливості зовнішнього середовища. Для визначення та розроблення таких інструментів потрібно встановити наявність причинно – наслідкових зв’язків, визначити вагомість їх впливу, що дасть змогу сформувати прогнози діяльності підприємств у майбутньому.

Сезонність у виробництві автомобілів є наслідком сезонності попиту. Найбільший попит на автомобілі спостерігається у весняно – літні місяці (у країнах з континентальним кліматом). У США, наприклад, на березень – серпень припадає 2/3 продажі всіх автомобілів за рік. Відповідно найбільший попит на пальне також припадає на літні місяці.

Комплексний підхід до вивчення кон'юнктури ринку передбачає:

1. використання різних, взаємодоповнюючих джерел інформації;
2. поєднання ретроспективного аналізу з прогнозом показників, що характеризують кон'юнктуру ринку;
3. застосування сукупності різних методів аналізу та прогнозування.

Для точності аналізу та побудови прогнозу, використовують метод декомпозиції часового ряду. Метою декомпозиції та коректування складається з того, щоб часовий ряд розкласти на чотири складові компоненти: сезонна, тренд, циклічна та випадкова, нерегулярна компонента. Різниця між циклічною та сезонною компонентою в тому, щоб остання має регулярну (сезонну) періодичність, тоді як циклічні фактори, звичайно, мають більш тривалий ефект, котрий до того ж змінюється від циклу до циклу.

Класичний прийом, що дозволяє виконати таку декомпозицію, відомий як метод Census I. Цей метод описується та обговорюється у працях Makridakis, Wheelwright, and McGee[1] та Makridakis and Wheelwright [2].

Функціональні зв’язки, що можуть виникати між визначеними компонентами, можуть мати різний характер взаємозв’язку: адитивний та мультиплікативний.

У методі Census I тренд та циклічну компоненту, звичайно, об’єднують в одну: тренд – циклічну компоненту.

Моделі взаємозв’язку між компонентами мають наступний вигляд:

1. адитивна модель: $X_t = TC_t + S_t + I_t$, де X_t – значення часового ряду в момент часу t; TC_t – тренд – циклічна компонента; S_t – сезонна компонента; I_t – випадкова, нерегулярна компонента.
2. мультиплікативна модель: $X_t = T_t * C_t * S_t * I_t$, де X_t – значення часового ряду в момент часу t; T_t – тренд; C_t – циклічна компонента; S_t – сезонна компонента; I_t – випадкова, нерегулярна компонента.

Використання адитивної моделі може бути доцільним у випадках, коли із зростанням рівня ряду амплітуда сезонних коливань не змінюється. Якщо ж із зростанням рівня ряду амплітуда теж зростає, застосовують мультиплікативну модель. [3]

Для початку аналізу часового ряду, доцільним є визначення наявності тенденцій в аналізованій сукупності даних. Для цього можна використати метод Фостера – Стюарта [4], що дозволяє визначити не тільки наявність тенденції, а й проаналізувати основну тенденцію дисперсії рядів динаміки, що важливо знати при аналізі та прогнозі економічних явищ.

Аналізуючи дані випуску легкових автомобілів українськими виробниками, починаючи з 2011 по 2015 рік щомісячно, можна зробити висновок, що для даного ряду даних притаманний мультиплікативний зв'язок між складовими часового ряду.

Рис.1 Динаміка виробництва легкових автомобілів українськими виробниками з 2011 по 2015 рік

Мультиплікативний характер зв’язку, що притаманний даному часовому ряду, обумовлений тим, що спостерігаються значні коливання показників.

Для розкладання часового ряду на складові компоненти та отримання прогнозу на 6 місяців 2016 року, необхідно виконати аналіз тенденції зміни тренд – циклічної складової часового ряду. За допомогою модулів пакету SPSS, було обрано та проаналізовано форму зміни тренд – циклічної складової часового ряду.

Дана логарифмічна модель є значимою, оскільки розрахункове значення F – статистики більше табличного (2,54). R-квадрат становить 0,748, що говорить про те, що 74,8% дисперсій результативної ознаки описується дисперсією незалежної змінної, а лише 25,2 % дисперсій залежної змінної описується дисперсією факторів, що не враховані в моделі.

Логарифмічна модель матиме наступний вигляд, відповідно до отриманих розрахунків: $y = 13210{,}150 - 2873{,}177\ \ln(t)$

На основі обраної моделі, проводилось подальше спостереження та побудова прогнозних значень на перші 3 місяці 2016 року.

Рис. 2 Початкові, скориговані та прогнозні значення часового ряду

Розрахункові дані було отримано на основі проведеного аналізу та визначеної моделі зв'язку між компонентами часового ряду, що відповідають логарифмічному характеру зміни компоненти та було скориговано на індекс сезонності (SAF). Відповідно, було отримано прогноз на 3 місяці 2016 року, так, наприклад прогнозований обсяг виробництва легкових автомобілів на березень 2016 року з ймовірністю 95% знаходиться в межах від 597,46 тис. одиниць до 1830,80 тис. одиниць.

Згідно прогнозним значення, спадна тенденція виробництва легкових автомобілів спостерігатиметься і далі. Тому доцільним є пошук та розробка стратегій функціонування, підтримки та розвитку ринку в умовах нинішньої економічної ситуації.

Проведений аналіз дає можливість оцінити характер зміни аналізованих даних та отримати прогнозні значення, на які не впливає фактор сезонності. Завдяки отриманим результатам, можна оцінити майбутній рівень попиту та очікуваний стан ринку.

Список використаних джерел

1. Makridakis S., Wheelwright S.S., McGee V.E. Forecasting: Methods and Applications 2nd ed. — Wiley, 1983. — 942 p. — ISBN: 0471086109, 9780471086109

2. Forecasting methods for management : Spyros Makridakis and Steven C. Wheelwright, Fifth Edition (Wiley, New York, 1989), pp. 470

3. Методи соціально-економічного прогнозування. 2 т. Т. 2. Моделі і методи: підручник і практикум для академічного бакалаврату / І.С. Светуньков, С. Р. Светуньков. - М: Видавництво Юрайт, 2015. - 47 с. - Серія: Бакалавр. Академічний курс.

4. Теория статистики / Р. А.Шмойлова, В. Г. Мінашкін, Н. А. Садовнікова, О. Б. Шувалова. – Москва: Финансы и статистика, 2009. – 656 с. – (5).

Заюкова Марина
к.е.н., доцент
Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ
м. Вінниця
Україна

УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ІНТЕГРАЦІЙНИХ УМОВАХ

Ринкові умови господарювання підприємств розширюють потенційні можливості підприємств з розвитком інтеграційних процесів. Проте, при ринкових відносинах рішення питань - що виробляти, кому, скільки і коли поставляти продукцію, хто є постачальником сировини, обладнання та за якими цінами, є справою кожного підприємства. Це в свою чергу змушує підприємство самому формувати свою господарську, і збутову політику розвитку. Тому підприємства повинні самостійно формувати ефективні виробничі та збутові зв'язки [1].

Особливістю діяльності переробної промисловості є те, що вона являє собою сукупність різних суміжних підгалузей, кожна з яких сама собі має різні види особливості як у сфері виробництва так й інтеграційних процесів виробництв. Можна виділити найбільш специфічні особливості переробної промисловості, серед яких:

- практично харчова промисловість та перероблення сільськогосподарської продукції характеризується як не одна галузь, матеріалом продукції, що виробляється, та величезною різноманітністю;
- для ряду її підгалузей (цукрова, олійно-жирова, перероблення овочів та фруктів тощо) характерне сезонне виробництво, яке призводить до нерівномірного використання виробничих потужностей:
- значна залежність якості ряду продуктів від тривалості переробки сировини;
- велика залежність якості продукції від якісних характеристик сировини;
- по ряду продуктів їх виробництво вимагає великої кількості сировини - необхідність розміщення виробництва значного виду продуктів харчуванні і організацій їх споживання, і на невеликій відстані від сировинної бази ;
- строки зберігання більшості продуктів, як правило, обмежені;
- велика залежність від тари та упаковки продуктів;
- високі вимоги до якості продукції (свіжість, наявність вітамінів, смакові

естетичність та ін.)

У переробній промисловості зареєстровано лише 9,6% від загальної кількості зареєстрованих суб'єктів господарювання у Вінницькій області, причому переважна більшість зі статусом юридичної особи.

Переробну промисловість Вінниччини можна охарактеризувати як зрілу, але наразі вона переживає спад. Розвиток цієї галузі дещо сповільнився, тому українські підприємства змушені вести жорстку конкурентну боротьбу за свої ринкові позиції за рахунок економії витрат виробництва з метою підвищення рентабельності їхньої діяльності. Сумарний галузевий прибуток постійно знижується.

Матеріально-технічна база галузі не відповідає сучасним вимогам, характеризується значною спрацьованістю обладнання. Це негативно позначається і на економічних показниках. Приміром, спрацьованість основних виробничих фондів у галузі сягає 48 відсотків, а темпи оновлення їх основної частини значно відстають від потреби. Причому за сучасних умов вирішальне значення матиме постійне забезпечення високої якості виробленої продукції, розширення її асортименту та поліпшення зовнішнього оформлення продукції.

Запровадження інноваційної моделі розвитку промисловості створить умови для суттєвого підвищення ефективності використання науково-технічного потенціалу держави, вдосконалення його організаційно-функціональної структури відповідно до умов ринку, сприятиме активізації інноваційної діяльності промислових підприємств [2, 3].

Наразі, коли усі підприємства можуть використовувати приблизно однакові технології, настає нова ера, коли ресурсом конкурентної переваги стає людський потенціал. Оскільки конкурентоспроможність вже не може будуватися на територіальних, техніко-технологічних або організаційних перевагах, великого значення конкурентоспроможності людського капіталу.

Одним з головних стратегічних напрямків підвищення результативності переробної промисловості, стабілізації та прискорення її розвитку є знаходження джерел залучення інвестицій з урахуванням галузевих особливостей, прийняття ефективних управлінських рішень щодо розробки та реалізації інвестиційних проектів, бо від масштабів та спрямування інвестицій залежить ефективність діяльності переробних підприємств.

Основними напрямки стимулювання вітчизняних та іноземних інвестицій у переробну промисловість є розробка регіональних програм стимулювання приватних інвестицій, розвиток ринку цінних паперів, створення вільних економічних зон, придбання іноземними інвесторами акцій вітчизняних підприємств переробної промисловості, страхування інвестицій від некомерційних ризиків, концентрація внутрішніх ресурсів при централізованій підтримці з метою реалізації пріоритетних інвестиційних проектів тощо.

Список використаних джерел

1. Фатхутдинов Р.А. Управление конкурентоспособнотью организации: учебник. – 2-е изд., испр. и доп. / Р.А. Фатхутдинов. - М. : Изд-во Эксмо, 2005. – 544 с.

2. Василенко А. В. Менеджмент стійкого розвитку підприємств: Монографія. - Київ: Центручебной літератури, 2005. - 648 с.

3. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємств: навчальний посібник / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К. : Центр навчальної літератури, 2012. – 384 с.

Збарський Василь
д.е.н., професор
Збарська Анна
к.е.н., асистент
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

ОЦІНКА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Реалізація радикальної економічної й інституціональної реформи, розвиток ринкових відносин легалізували підприємницьку діяльність як основну форму розвитку агробізнесу. Підприємництво створює загальну соціально-економічну основу ринкової економіки, в АПК являє собою невід'ємний атрибут ринкової системи господарювання, необхідну і достатню умову для її виникнення і розвитку. За рівнем поширення аграрного підприємництва можна зробити висновок про масштаби та якість ринкових відносин, ефективність виробництва в цілому у тій чи іншій країні. Економічний устрій, який не вирішив проблеми створення цивілізованих форм підприємництва, не має перспектив розвитку і врешті-решт приречений на руйнацію. Підприємництво в системі агробізнесу правомірно розглядати як метод господарювання, спосіб мотиваційного стимулювання високопродуктивної трудової активності, досягнення високих результативних показників ефективності виробничо-комерційної діяльності суб'єктів аграрного і продовольчого ринків. Тому дослідження аграрної економіки ринкового типу потребує розкриття змісту і форм підприємництва.

Організаційно-правові форми господарювання, їхній статус, види та принципи функціонування й організаційні механізми здійснення ними господарської діяльності визначені Законами України, Постановами Кабінету Міністрів України. Значне місце належить указам Президента України, серед яких «Про заходи по реформуванню аграрних відносин», «Про невідкладні заходи по прискоренню реформування аграрного сектора економіки», Державна цільова програма розвитку українського села на період до 2015 р. Зокрема відмічається, що форма підприємницької діяльності – це найбільш типова організаційна характеристика суб'єктів господарювання з переліченими особливостями, де суб'єкт господарювання виступає як окрема виробнича одиниця, яка веде господарську діяльність. Відповідно суб'єкти господарювання

можуть належати до тих чи інших форм підприємницької діяльності. Нині сформоване концептуальне розуміння підприємницької діяльності, яке трактується як організаційна форма ведення підприємництва, обумовлена існуючим соціально-економічним укладом та якісними характеристиками (формою власності, організаційною побудовою господарських структур, економічними відносинами тощо), які визначають специфіку існування кожної з них. Суть підприємницької діяльності в сільському господарстві, на наш погляд, полягає в організації виробничого процесу за допомогою засобів виробництва і праці та використання трудових ресурсів і ресурсів природного середовища, основним з яких є земля, з метою одержання сільськогосподарської продукції належної якості та забезпечення ефективності її виробництва.

Незважаючи на зростання обсягів виробництва сільськогосподарської продукції в динаміці за досліджуваний період, в Україні аграрні виробники перебувають у надзвичайно складній економічній ситуації. Постійно зростаючі ціни як на паливно-мастильні матеріали, добрива, засоби захисту рослин і тварин, так і на інші товарно-матеріальні цінності, роботи та послуги, проблеми з реалізацією виробленої продукції впливають на зменшення прибутковості та зниження рентабельності сільськогосподарських виробників. Зокрема, темпи їх зростання більші за темпи зростання цін на сільськогосподарську продукцію. Тому важливе значення має вибір та розвиток форм підприємницької діяльності в аграрній сфері, їх економічна оцінка.

Підприємці з перших кроків своєї діяльності повинні знати кожну з форм, добре орієнтуватись у їхніх особливостях, правах, специфіці утворення і функціонування, діяльності органів управління.

Серед різноманітних організаційно-правових форм підприємництва потрібно виокремити приватне підприємство. Воно засновується на власності окремого громадянина нашої держави з правом найму робочої сили.

У сільському господарстві дедалі більше утверджуються фермерські господарства, які є формою підприємництва громадян України, що виявили бажання виробляти товарну сільськогосподарську продукцію, займатись її переробкою та реалізацією. Членами фермерського господарства можуть бути подружжя, їхні батьки, діти, які досягли 19-річного віку, та інші родичі, котрі об'єдналися для роботи в ньому. Фермерське господарство може бути створене однією особою та використовувати найману робочу силу.

Організаційно-економічна оцінка підприємницької діяльності в основних форм господарювання на селі проведена на прикладі Львівської області, в якій у докризовий період було розвинуте виробництво як рослинницької, так і тваринницької продукції (табл. 1). Дослідження організаційно-правових форм виробників сільськогосподарської продукції у динаміці свідчить про відповідне їх розмаїття і зміну чисельності. В аграрному секторі області, як і в Україні загалом, домінують недержавні підприємства (більше 99%), тобто виробники, організаційна структура і виробничі відносини яких базуються на приватній власності на землю та основні засоби виробництва. Серед них найбільш численні

дрібні фермерські господарства, які у Львівській області у структурі виробників сільськогосподарської продукції займають біля 80%.

За досліджуваний період (2006-2013 рр.) кількість суб'єктів господарювання в області суттєво не змінилася, за винятком виробничих кооперативів та державних підприємств, чисельність яких скоротилася, відповідно, у три і в чотири рази.

З'ясовано особливості формування економічної ефективності діяльності основних категорій сільськогосподарських підприємств Львівської області.

Найвищі показники рентабельності виробництва аграрної продукції демонстрували в останні роки господарські товариства та приватні підприємства. Нижчими відповідні показники були у виробничих кооперативах. І переважно збитковим основне виробництво було в державних підприємствах, що значною мірою пов'язане з їх спеціалізацією, формою власності та відносинами, що формуються на її основі.

Таблиця 1

Кількість і частка прибуткових (збиткових) господарств різних організаційно-правових форм підприємницької діяльності Львівської області, %*

Форми підприєм-ництва		2006		2010		2013	
		прибут-ких	збит-ких	прибут ких	збит-ких	прибут-ких	збитко-вих
С.-г. підприєства - всього	од.	220	102	95	94	112	65
	%	68,4	31,6	50,3	49,7	63,3	36,7
в т.ч. державні	од.	2	4	-	6	2	3
	%	33,3	66,7	-	100,0	40,0	60,0
недержавні	од.	218	98	95	88	110	62
	%	69,0	31	52,0	48,0	64,0	36,0
з них: господарські товариства	од.	101	57	47	52	59	42
	%	64,0	36,0	47,5	52,5	58,5	41,5
приватні підприємства, включаючи великі фермерські господарства	од.	113	51	46	36	50	19
	%	73,4	26,6	56,1	43,9	72,5	27,5
Сільськогосподарські виробничі кооперативи	од.	2	0	1	0	1	1
	%	100,0	-	100,0	-	50,0	50,0

**Дані Головного управління статистики у Львівській області*

Кращу економічну ефективність діяльності господарських товариств та приватних підприємств можна обґрунтувати тим, що в останні роки тут було більше інвестовано коштів у виробництво саме таких дохідливих культур, як зернові, зокрема кукурудза на зерно та озимий ріпак на насіння, на продукцію яких був підвищений попит як на внутрішньому продовольчому ринку, так і на експорт.

З метою підвищення ефективності підприємницької діяльності в сільському господарстві особливого вдосконалення потребують основні елементи економічного механізму функціонування підприємницької діяльності: цінова, податкова, кредитна і страхова політика. Передбачено створення господарських формувань на кооперативній основі з подальшою інтеграцією із переробними підприємствами, що дасть можливість фінансово забезпечити здійснення відтворювального процесу в сільському господарстві.

Зглюй Татьяна
ст. преподаватель
Полесский государственный университет
г.Пинск
Республика Беларусь

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ

На современном этапе экономического развития пересматриваются стереотипные представления о методах ведения конкурентной борьбы и становится очевидным, что в новых условиях рассчитывать на стабильность компании без использования эффективных форм взаимодействия невозможно. В связи с этим происходит активная трансформация взглядов на механизмы интеграции, позволяющие их участникам сохранять свою независимость. К числу таких форм относятся территориальные кластеры.

Кластерный подход к развитию территорий и инновационной деятельности получил широкое распространение во многих странах. По мнению экспертов, около 50% экономики ведущих стран охвачены кластеризацией. Страны, которые интенсивно используют кластерный подход, обеспечивают прирост ВВП от 75% до 90%. Распределение кластеров по отдельным странам выглядит примерно так: США – 380, Италия – 206, Великобритания – 168, Индия – 106, Франция – 96, Польша – 61, Дания – 34, Германия – 32, Нидерланды – 20, Финляндия – 9. В ЕС насчитывается свыше 2 тысяч кластеров, в которых занято 38 % его рабочей силы. В Германии работают три лучших мировых кластера из семи кластеров высоких технологий, получивших почетное название «Силиконовая долина 21 века», – это Мюнхен, Гамбург, Дрезден. Полностью охвачены кластеризацией датская, финская, норвежская и шведская

промышленность. В США в рамках кластеров работает более половины предприятий, доля ВВП которых превышает 60 %.

В международной практике используются различные модели территориальных кластеров: протокластеры, индустриальные кластеры, инновационные кластеры. Инновационные кластеры (кластеры Скандинавии, Швейцарии, США, ряд кластеров в странах юго-восточной Азии) представляют собой систему взаимосвязей территориально близко расположенных фирм, их поставщиков и клиентов с крупными исследовательскими центрами и университетами, которые являются генераторами новых знаний и обеспечивают их быструю реализацию. Первыми в применении таких кластеров стали создатели Кремниевой долины в США, на территории которой располагаются примерно 87 тысяч компаний, несколько десятков исследовательских центров и несколько крупных университетов. Кремниевая долина – классический пример плодотворного взаимодействия академической науки, бизнеса и кадрового обмена между научными центрами и бизнес-сектором. На территории Кремниевой долины оказывают услуги около 180 венчурных фирм и около 700 банков, которые финансируют деятельность отдельных компаний.

В инновационном территориальном кластере используется вся инновационная цепочка: от генерации научных знаний и формирование на их основе бизнес-идей до реализации продукции на традиционных или новых рынках. К особенностям такого кластера относится также то, что в нем во многих случаях производится экспортно-ориентированная продукция и технология. В эффективно функционирующих инновационных кластерах ускоряется процесс разработки и внедрения нововведений, а у участников кластера развиваются такие преимущества, как восприимчивость к инновациям, рационализация бизнеса, опережающий рост новых направлений. Наиболее успешные инновационные кластеры формируются в тех областях, в которых ожидается прорыв в области техники и технологии производства с последующим выходом на новые сегменты рынка. Наличие гибких структур управления позволяет быстро реализовывать инновационные идеи.

Развитие инновационных кластеров существенно зависит от реализации программ по их поддержке. В странах ЕС это происходит в рамках региональной политики, политики по развитию науки и техники, промышленной политики. Инновационная политика строится на поддержке передовых, обладающих высоким потенциалом отраслей. Одновременно кластеризация охватывает гибкие предпринимательские структуры – малые предприятия, способствующие формированию инновационных точек роста за счет высокой степени специализации при обслуживании конкретных производств.

Во многих странах распространенным является то, что государство определяет приоритетные направления развития кластеров в соответствующих программах. В европейских кластерных программах поддержку получают лишь лучшие предприятия. В Германии, например, при рассмотрении заявок на участие в госпрограммах доля отклоненных заявок составила 95%. Основные

участники и получатели средств по таким программам – малые и средние предприятия. На долю таких предприятий приходится 60% в Германии и 80% во Франции.

Рассматривая методы проведения кластерной политики в зарубежных странах, важно отметить различные подходы к этому процессу: либеральный и дирижистский. В первом случае кластер рассматривается как рыночный механизм. Государственное регулирование здесь минимально и сводится преимущественно к устранению препятствий для естественного развития кластера. Такую политику проводят страны, которые применяют либеральную экономическую политику (США, Великобритания, Австралия, Канада). В странах с дирижистской политикой (Франция, Южная Корея, Сингапур, Япония, Швеция, Финляндия) государство играет более активную роль в процессе развития кластеров. Эта политика предусматривает комплекс мероприятий от выбора приоритетных направлений и финансирования программ до целевого создания ключевых факторов их успешного развития.

В целях реализации кластерной политики в европейских и других странах на государственном уровне существуют специальные структуры, которые образуются в основном при министерствах. Количество таких структур различно (например: в Финляндии и Германии, в каждой стране за кластерную политику отвечают по три министерства). Национальные программы развития кластеров имеют большинство стран, в которых они находят применение.

В настоящее время в Республике Беларусь существует успешный опыт реализации кластерной модели развития, например в IT-индустрии (на базе научно-технологической ассоциации «Инфопарк» и Парка высоких технологий). Ассоциация «Инфопарк» создавалась как инструмент развития белорусской индустрии программирования и для формирования организационно-экономических условий, при которых IT-специалистам становилось бы привлекательнее и выгоднее работать в Беларуси, а не за ее пределами. Заказчиками и партнерами наших компаний являются такие известные фирмы, как Alcatel, Hewlett - Packard, IBM, Microsoft, Novell, Oracle, Siemens, SUN и многие другие.

Как таковые инновационное территориальные кластеры – это частность в общей экономической политике. Но еще классики предупреждали о том, что тот, кто берется за решение частных вопросов, предварительно не решив общие вопросы, будет на каждом шагу наталкиваться на эти общие вопросы и проблемы. В экономической политике должны присутствовать реальность, ясность и последовательность проводимого курса. Если этого нет, то в таких условиях отдельные аспекты трудновыполнимы.

Список использованных источников

1. Инновационные территориальные кластеры [Электронный ресурс] / СтартАП ТВ. Инновации России. – Режим доступа: http://innovation.gov.ru/taxonomy/term/545# – Дата доступа: 20.03.2016.

2. Королев В.И. Инновационные территориальные кластеры: зарубежный опыт и российские условия / В.И. Королев // Российский внешнеэкономический вестник – 2013. – № 11 – С. 20-27.

3. Мантаева Э.И. Мировой опыт кластерной модели развития / Э.И. Мантаева, Е.В. Куркудинова // Управление экономическими системами. – 2014. – № 3. – С. 6-8.

4. Пилотные инновационные территориальные кластеры в Российской Федерации / под ред. Л. М. Гохберга, А. Е. Шадрина. – М.: Нац. исслед. ун-т «Высш. шк. экономики», 2013. – 108с.

5. Современные проблемы менеджмента в международном бизнесе. Под ред. Королева В.И. – М.: Магистр-Инфра-М. – 2013. – С.58.

Иембергенова Мадина
магистрант
Окаев Каби
д.э.н., профессор
Университет Нархоз
г. Алматы
Республика Казахстан

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТЕХНИЧЕСКИМ УРОВНЕМ И КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ

Качество выпускаемой продукции по праву относится к важнейшим критериям инновационного менеджмента. Именно повышение качества продукции определяет степень выживаемости фирмы в условиях рынка, темпы научно-технического прогресса, рост эффективности производства, экономию всех видов ресурсов, используемых на предприятии.

Качество — философская категория, выражающая внутреннюю (существенную) определенность объекта, благодаря которой он является именно этим, а не другим. Экономическое определение качества — совокупность свойств, показывающих, в какой степени объект удовлетворяет наши потребности [1].

Попытка дать общее определение категории «качество» ведущими зарубежными учеными представлена в таблице.

Основные группы показателей качества

С понятием «качество» тесно связано понятие «технический уровень продукции» — относительная характеристика качества продукции, основанная на сопоставлении значений показателей технического совершенства оцениваемой продукции с соответствующими базовыми показателями, их значениями [3].

При оценке технического уровня и качества продукции используются следующие основные группы показателей качества [4; 145]:

1. Показатели назначения определяют полезный эффект от использования

продуктов по назначению и область их использования. Как правило, это «жесткие» показатели качества. К ним относятся показатели, используемые для классификации по назначению, характеризующие конструкцию объекта, его техническое совершенство, состав, структуру и транспортабельность, например, коэффициент полезного действия, динамический диапазон, вес, габариты.

2. Показатели надежности. Надежность — свойство объекта выполнять установленные функции, сохраняя свои показатели в заданных пределах в течение требуемого промежутка времени.

Это сложное свойство. Показатели надежности характеризуют безотказность, ремонтопригодность, сохраняемость и долговечность объекта.

3. Показатели технологичности. Данные показатели характеризуют эффективность конструкторско-технологических решений для обеспечения высокой производительности труда при создании и восстановлении объектов.

4. Эргономические показатели. Они делятся на следующие группы:

а) гигиенические показатели — характеризуют соответстствие объекта гигиеническим условиям жизнедеятельности и работоспособности человека;

б) антропометрические показатели — характеризуют соответствие объекта размерам и форме человеческого тела;

в) физиологические и психофизиологические показатели — характеризуют соответствие объекта физиологическим свойствам человека и особенностям функционирования его органов чувств;

г) психологические показатели — характеризуют соответствие объекта психологическим особенностям человека.

5. Эстетические показатели. Они характеризуют художественность, выразительность и оригинальность формы объекта, гармоничность и целостность конструкции, соответствие формы и конструкции объекта среде и стилю, цветовое и декоративное решение объекта, художественное решение упаковки.

6. Показатели стандартизации и унификации. Эти показатели отражают удельный вес стандартных и унифицированных элементов.

Составные элементы в изделии могут быть следующими:

а) стандартными, создаваемыми на основе международных, региональных и национальных стандартов;

б) унифицированными, создаваемыми на основе стандартов фирм;

в) оригинальными, создаваемыми только для одного изделия;

г) заимствованными, спроектированными как оригинальные для конкретного изделия и примененными в двух и более изделиях.

7. Патентно-правовые показатели. Данные показатели показывают степень патентной защиты изделия в стране и за рубежом, а также его патентную чистоту.

8. Экономические показатели. Они отражают затраты на разработку, изготовление и эксплуатацию (или потребление) продукции, а также экономическую эффективность эксплуатации.

9. Критические показатели. Данная группа показателей, как правило, используется при создании правовой оболочки рынка. Это особая группа

показателей, принадлежность к которой определяется тем, какие из показателей приводятся в обязательных стандартах, законах стран пребывания, директивах международных организаций и т.д. Критические показатели делятся на три группы, определяющие требования

-по охране окружающей среды;

-по безопасности человека;

-связанные с защитой технических объектов от повреждений и нарушением их нормального функционирования.

Категории управления качеством продукции

При рассмотрении принципа управления качеством следует иметь в виду, что в международном стандарте по терминологии (ИСО 8402) выделены два аспекта управления качеством: «общее» руководство качеством (qualitymanagement) и управление качеством как оперативная деятельность (qualitycontrol).

При этом по логике стандарта такие функции, как политика и планирование качества, организация работы по качеству, обучение и мотивация персонала, принятие стратегических решений и взаимодействие с внешней средой должны быть отнесены к «общему» руководству качеством.

Контроль качества, информация, разработка мероприятий, принятие оперативных решений и их реализация должны входить в состав «оперативного» управления качеством.

Для наглядности распределение функций по указанным аспектам управления можно представить следующим образом (рис 1).

Рис. 1. Аспекты и функции управления качеством [5;34.]

Под управлением качеством понимают воздействие на производственный процесс с целью обеспечения требуемого качества продукции. Такое понимание управления включает три элемента [6; 57]:

1. Объект управления — качество продукции. Кроме того, объектом управления могут также быть конкурентоспособность, технический уровень или

какой-либо другой показатель (характеристика). В качестве объекта управления может выступать либо вся совокупность свойств продукции, либо какая-то их часть или отдельное свойство.

2. Цель управления — уровень и состояние качества продукции с учетом экономических интересов производителя и потребителя, а также требований безопасности и экологичности продукции. Речь идет о том, какую совокупность свойств и какой уровень качества следует запланировать, а потом этого достигнуть, чтобы они соответствовали характеру потребности.

3. Субъект управления — управляющие органы всех уровней и лица, призванные обеспечить достижение планируемого уровня качества продукции.

Обобщая сказанное выше, можно сделать вывод о том, что управление качеством продукции представляет собой процесс, включающий выявление характера и объема потребностей в продукции, оценку фактического уровня ее качества, разработку, выбор и реализацию мероприятий по обеспечению запланированного уровня качества продукции [2].

Список литературы

1. Герасимов Б.И., Злобина Н.В., Спиридонов С.П. Управление качество: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2005, - 272с.
2. Мескон М.Х., Альберт М., Хеодури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. – М.: Дело, 1992. – 702с.
3. Басовский Л.Е., Протасьев В.Б. Управление качеством: Учебник. – М.: ИНФРА-М. 2008. – 212с.
4. Ахмин А.М., Гасюк Д.П. Основы управления качеством продукции: Учеб.пособие. — СПб.: Изд-во «Союз», 2002. — 192 с.
5. Огвоздин В.Ю. Управление качеством. Основы теории и практики. Учебное пособие. – М.: Изд-во «Дело и сервис», 1999. – 160с.
6. Тепман Л.Н. Упр-е кач-м: уч. пос. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2007. – 352с.
7. Аристов О.В. Управление качеством: Учебное пособие. – М.: ИНФРА-М. 2004. – 240с.

Ivanko Anatoliy
Candidate of Economic Science, Assistant professor
SS of NULES of Ukraine «Nizhin Agrotechnical Institute»
Nizhyn
Ukraine

AGRARIAN SECTOR DEVELOPMENT REGULATION STRATEGY: AIMS, CAUSES, REALIZATION DIRECTIONS

At the present stage in economy of Ukraine the market reforms and conformation the system of industries organization in line with international requirements is accomplishing. Herewith the market transformation of an industry has own specific. Thus the peculiarities of agriculture lay in its dependence from influence of external factors – weather and market conditions, in particular from distribution of warm and

atmospheric precipitation during vegetative period and influence of market conjuncture via prices of agricultural production and resources on process of production of food. In turn the features of market component of regulation cause the significance of taking into account of expanding of the processes of globalization in economy.

In the current period it is necessary to accomplish the measures for adaptation of quality of production to international requirements both for the export of production and to confront competition in the internal market. With it the significance direction of increasing of competitiveness of industry production is mastering of organizational order of interaction on the base of use flexible integration scheme of domestic producers.

The main aims of fulfillment of market reforms in agrarian sector is ensuring of food security of population in basic food products and proper for competitiveness of industry production on domestic and international markets. World experience approved the expediency the goal achievement on the base of strategic approach. In a broad sense the strategy is the complex tasks and activities aimed at achieving the goals of the transition from the current state to the desired. In simplified interpretation the strategy is generalizing plan for attainment of determined objectives. The realization of any strategy accompanied with variations arising from changes in the impact of environmental factors. The formation the proper system of regulation is significant for amendment of deviation.

The main reasons of state interference in economy are: market failure, impossibility exclusively competition to ensure the proportionality of development, expanding of the process of economic globalization, availability of externalities, exclusive significance uninterrupted production thus social products as foods. It is marked the feature – in long-term period decreases the share of production of agricultural branches in gross domestic product and increases the share of support of food production.

The regulation is separated function of governance and management. The goal of regulation is levelling of deviations in the process of attainment of the objectives of development.

The forces of demand and supply are the main economical forces. One of the state tasks is to balance these forces that are attained through the establishment of market equilibrium state. The state is characterized satisfaction of these forces from equilibrium state and absence of the motives for changes of its condition. Therefore in the strategic context the components of the regulation are: strategic forecasts of dynamics of changes demand and supply with priorities of establishment of market equilibrium.

The generalization the set of directions of accomplishment of state support of development of agroindustrial sector can be reduced to four basic: support of incomes of agricultural producers, development of rural areas, environmental protection and foreign trade policy. This is more related to the forces of supply. The separate element of regulation is regulation of incomes of consumers or solvent demand that is significant simulative measure of increasing of level of its consumption.

Therefore for appropriative grounding of the strategy of development of agrarian sector are significant: previous calculation possible deviations in the process of realization of the strategy. For each of these deviations should first prepare the appropriate regulatory instruments based on substantiation of value of accomplishment and sources of fulfillment of tasks and measures of the strategy.

Йосипенко Олександр
аспірант
Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана
м. Київ
Україна

ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ УКРАЇНСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ОСНОВНИХ ФОРМ МІЖНАРОДНОГО КРЕДИТУВАННЯ

Можливості залучення коштів на внутрішніх фінансових ринках для більшості українських компаній обмежені, насамперед, високою вартістю цих ресурсів та короткостроковими термінами використання запозичених коштів. Ситуація з кредитними ресурсами на українському ринку є дзеркальним відображенням стану економіки: при рецесії можливості отримання кредитної банківської підтримки скорочуються для більшості підприємств. Більшість українських банківських установ надають короткострокову кредитну підтримку, яка не може забезпечити інвестиційні потреби підприємств.

В зв'язку з цим, актуальним є розширення програм залучення коштів для українських підприємців на зовнішніх фінансових ринках. При цьому варіантів такого залучення коштів є декілька. Найбільш привабливими з них, з точки зору автора, є самостійний вихід підприємств на міжнародні ринки капіталу, а також залучення коштів через посередників, якими є міжнародні банківські установи та міжнародні фінансові організації. Можливості та програми діяльності саме таких інститутів можуть безпосередньо впливати на діяльність українських підприємств і створювати для них додаткові конкурентні переваги. Інвестиційна привабливість українських цінних паперів на зовнішніх фінансових ринках є низькою в силу як економічних, так і політичних факторів. Характеристика України, як країни з поганим інвестиційним кліматом, була пов’язана з існуванням високого рівня корупції та податкового тиску. Додатковим фактором падіння довіри з боку зарубіжних інвесторів було зниженням фінансових показників діяльності тих українських компаній, які вже присутні на міжнародних ринках та низьким рівнем їх капіталізації. Враховуючи стан української економіки на сьогодні, важко очікувати кардинальних змін в фінансових можливостях українських підприємств. Однак, при умові реальних дій проти корупції в усіх сферах життя, при реалізації ефективних економічних перетворень, інвестиційна привабливість українських підприємств може

поліпшуватися. Однак без досягнення політичної стабілізації в країні очікувати на такі зміни безперспективно.

В зв'язку з цим, в найближчій перспективі можливості виходу українських підприємств на зовнішні фінансові ринки та можливості залучення на них значних коштів є обмеженими.

Одним із найбільш ефективних засобів, з точки зору автора, є страхування політичних ризиків тих, хто здійснює інвестиції в українську економіку. Насамперед це може стосуватися діяльності експортних страхових агенцій. Одним з ефективних банківських продуктів, застосування якого може бути розширене за сприяння європейських банків та експортних кредитних агенцій – це програми торгового фінансування експортно-імпортних угод з європейськими виробниками.

Експортні кредитні агентства або ЕКА - це уповноважені органи, які реалізують державну політику підтримки експорту зі своїх країн шляхом здійснення страхування експортних політичних і комерційних ризиків і надання гарантів з метою забезпечення конкурентоспроможних умов просування продукції / послуг своїх фірм на міжнародні ринки і стимулюють і забезпечують гарантії інвестицій за кордон [1]. Такі спеціалізовані організації, які допомагають національним виробникам реалізовувати свою продукцію за кордон, існують у понад 70 країн світу і практично у всіх європейських країнах. Найбільш активним на українському ринку є німецьке агентство Euler Hermes Deutschland AG (ГЕРМЕС).

Враховуючи близькі стосунки українських та польських підприємств, особливо в прикордонних областях, та значний досвід діяльності польської страхової агенції КУКЕ, розширення програм кредитування експорту та імпорту, в рамках співдружності між двома країнами, може мати швидкий та позитивний економічний ефект для обох країн.

Однак успішність таких програм для українських компаній буде реальною лише при внесенні змін в умови кредитування та наданні державою гарантів експортним кредитним агенціям для зменшення ними розмірів страхових платежів для імпортерів. Ще одним кроком може стати створення експортної кредитної агенції в Україні.

Розширення кредитування за підтримки ЕКА є важливим моментом для стимулювання модернізації виробництва. Однак при цьому варто звернути увагу також на необхідність розширення класичних програм кредитування міжнародними фінансовими організаціями, які діють в Україні, такими як Європейський банк реконструкції та розвитку, Німецький банк KfW, за підтримки якого створено «Німецько-Український фонд», який надає активну підтримку малому сектору економіки України, Північна екологічна фінансова корпорація (НЕФКО), Міжнародна фінансова корпорація (IFC), Агентство США з міжнародного розвитку USAID, та інші. Діяльність цих організацій в Україні може бути значно розширена при активній державній підтримці та формуванні

спільних програм кредитування з розмежуванням та прийняттям ризиків такого кредитування як приватним сектором, так і державою.

Можливості ефективного розвитку українських підприємств на сьогодні багато в чому залежать від стабілізації фінансового ринку та розвитку програм довгострокової кредитної підтримки бізнесу. Наразі підтримка необхідна як підприємствам, так і банківським структурам. Така підтримка може бути отримана від зарубіжних фінансових партнерів у формі розвитку програм цільового кредитування, але ефективність реалізації таких програм багато в чому залежить від послідовної підтримки державою такої діяльності міжнародних кредиторів та прийнятті нею певних ризиків, насамперед валютних та політичних.

Список використаних джерел

1. Бойко Є. Експортне кредитне агентство, як складова державного управління в підвищенні експорту [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua /e-journals/NacGosp/2010/Boyko_EO.pdf.

2. В.Г.Герасимчук, С.В.Войтко. Міжнародна економіка: Посібник–К.: Знання, 2009. – 302 с.

Исаева Ирина
студентка
Копытовских Александр
к.т.н., доцент
Полесский государственный университет,
г.Пинск
Республика Беларусь

РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (SMM) КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА

Развитие информационных технологий и возможность выхода в Интернет значительно повлияли на уклад жизни в современном обществе. Многие люди уже не покупают газеты, чтобы просто отдохнуть, листая свежеотпечатанные страницы и узнать о последних новостях, а читают новости на различных форумах, новостных сайтах, в социальных сетях. Социальные сети в наше время это не только инструмент для общения с друзьями. Сейчас с их помощью можно зарабатывать, а также успешно продвигать свой товар.

С середины 2000-х годов Интернет считается одним из основных каналов информационного воздействия на потребителей. Это связано, прежде всего, со следующими факторами: постоянным и устойчивым ростом числа Интернет-пользователей и времени их нахождения в сети; развитием технологий беспроводной связи, мобильных устройств и мобильного Интернета; распространением интернет-торговли; развитием технических платформ управления интернет-рекламой и систем аналитики, позволяющих оперативно и

точно измерять эффективность Интернет-рекламы.

Интернет-реклама берёт своё начало с появления электронной почты. Почтовая рассылка стала первым способом продвижения товаров в Интернете. Годы идут, а индустрия Интернет-рекламы набирает обороты. Исследования показывают, что примерно 74,6 % пользователей интернет-сайтов имеют аккаунты в социальных сетях. Средний возраст активных пользователей составляет 19-34 года. Такой значительный охват пользователей даёт уникальную возможность рекламодателям для привлечения целевой аудитории. Рекламу в социальных сетях можно легко ориентировать по интересам, возрасту, гендерному признаку. Преимущество такой рекламы в том, что её увидит достаточно большое количество человек. Но, как и любой вид рекламы, реклама в социальных сетях обладает рядом некоторых недостатков:

- не дает мгновенных результатов, а для достижения видимого результата может потребоваться значительный промежуток времени;
- для обеспечения долгосрочного результата необходима постоянная работа: обновление информации, публикация новостей, авторских статей, постов и т.п.;
- невозможность точного расчета бюджета рекламной кампании, суммарная стоимость зависит от множества внутренних и внешних факторов;
- меньшая популярность в сравнении с классическим поисковым продвижением. Обычно пользователи ищут интересующие их товары и услуги с помощью поиска. Если человеку нужен какой-либо товар, он, скорее всего, не будет искать сообщество компании в социальной сети, а введет запрос в поисковике;
- компании, предоставляющие серьезные услуги, сложно продвигать при помощи социальных сетей (пр.: банковские услуги, товары промышленного производства, сфера B2B).

В настоящее время наибольший интерес к социальным сетям проявляют компании таких секторов, как потребительские товары, производители автомобилей, компании индустрии развлечений. Нередко можно встретить рекламу Интернет-магазинов. Реклама в социальных сетях представлены в виде баннеров, вирусной, контекстной рекламы и т.п. Также популярно создание в социальной сети сообщества определённой компании, в котором активно освещается её жизнь, обсуждаются различные темы, а вступившие в сообщество участники могут оставлять свои комментарии, отзывы, давать рекомендации другим участникам сообщества. Как показывает практика, степень доверия к таким рекомендациям достаточно высокая.

Выстраивая план продвижения товара в социальной сети, стоит понять главное – первоначально нужно рассматривать социальную сеть как инструмент для общения с будущими клиентами. Сообщество в социальной сети должно стать электронным представителем, а не магазином предложений. Концепция продвижения должна предусматривать постоянное взаимодействие с клиентами – акции, скидки, помощь в выборе товара или услуги. Проект в социальной сети

должен жить и формировать именно лояльное сообщество. Важно учитывать правило, что «20% клиентов приносят 80% прибыли».

Тенденции современной Интернет-рекламы — это активный поиск новых способов продвижения в виртуальном пространстве. Рекламные компании в социальных сетях очень эффективны. Заметим, что на данный момент этот вид рекламы только набирает обороты своего развития. Но всё же отклик со стороны покупателей высок, поэтому данный сегмент рынка будет успешно развиваться в будущем.

Список использованных источников

1. Пол и возраст активных пользователей социальных сетей в Беларуси [Электронный ресурс]: Интернет-журнал – режим доступа к журн: http://www.infopolicy.biz/?p=7611, дата доступа: 09.03.2016.

2. Стратегия эффективного SMM [Электронный ресурс]: Интернет-журнал – режим доступа к журн: http://topmarketing.by/internet-marketing/oshibki-prodvizheniya-v-socialnyx-setyax-strategija-effektivnogo-smm.html, дата доступа: 09.03.2016.

3. Маркетинг в социальных сетях [Электронный ресурс]: Интернет-журнал – режим доступа к журн: http://smm.artox-media.ru/wiki/smm-marketing.html, дата доступа: 09.03.2016.

Іванова Алла
к.е.н., ст.викладач
Київський національний економічний університет ім. Вадима Гетьмана
м. Київ
Україна

КЛАСИФІКАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРВАГ ПІДПРИЄМСТВА

Характерною рисою функціонування й розвитку підприємства в умовах сучасної інноваційної економіки є формування стійкої конкурентної переваги на базі здатностей до швидких оновлень, у тому числі в сфері технологій. Інновації охоплюють усі напрями бізнесу та орієнтують підприємство на безперервний пошук нових технологій в усіх аспектах його діяльності: виробництва продукції, роботи з інформацією, управління та маркетингу. Провідною у забезпеченні доходності і прибутковості підприємства стає роль спеціалізованих технологічних знань. Компанії, що спрямовують достатню суму інвестицій у розвиток НДДКР та застосування їх результатів у створенні нових продуктів і послуг, отримують суттєву перевагу інноваційно-технологічного випередження конкурентів.

З точки зору ринкових перспектив, технології підприємства класифікують за ознакою зменшення їх значущості для формування конкурентних переваг підприємства [1]:

а) ключова технологія, конкурентний ефект якої є вирішальним. Рівень оволодіння нею визначає конкретні позиції підприємства;

б) основна технологія, яка домінує в виробничій діяльності, але, в силу свого поширення, не сприяє формуванню конкурентних переваг;

в) зароджувана технологія (технологія ембріонального типу), що знаходиться на стадії розробок або початку запровадження. Її вплив на даний момент обмежений, але в майбутньому може бути значним.

Для більш чіткого розуміння проблеми стосовно розташування технології у виробничому процесі підприємства доцільним, на сьогодні, є аналіз не окремої технології, а їх угрупуваннь:

основна технологія + ключова технологія (ОТКТ);

ключова технологія + зароджувальна технологія (КТЗТ);

основна технологія + зароджувальна технологія (ОТЗТ).

Звідси використання підприємством такої групи технологій, як КТЗТ, може свідчити про технологічний прорив відносно інших учасників галузі, а використання ОТЗТ приведе до виникнення технологічного розриву з ними, як показано на рис.1

Рис.1. Вплив основних груп технологій на діяльність підприємства

Технологічний прорив означатиме, що підприємство у технологічному аспекті випереджає галузь, використовує більш прогресивні способи виробництва. Технологічний розрив, відповідно, означатиме відставання від галузевих технологічних стандартів, використання застарілих технологій. При виборі тієї чи іншої групи технологій підприємство повинно визначити свої перспективи та оцінити можливість виникнення внутрішніх та зовнішніх ризиків.

Кожна ключова технологія повинна не тільки підтримуватися іншою, але й взаємодіяти з доповнюючими технологіями і бути з ними сумісною. Область технології, що розглядається, отримує будь-які продукти (сировину, енергію) від деякої частини технологічного оточення. Важливо зазначити, що при вивченні основних груп технологій необхідним є аналіз напрямів технологічних змін в навколишньому середовищі.

Тому бачиться доцільним врахування наступних положень, що випливають з розуміння характеру впливу груп технологій на діяльність підприємства, як показано на рис.1:

- існування та зміни будь-якої технології здійснюється в єдності з навколишнім середовищем (матеріальним чи соціальним). Певна технологія, або її окремі складові, формується у взаємозв‘язку з технологіями зовнішнього виробничого середовища та має бути з ними сумісною;
- існуюча технологія включає елементи основної, ключової та зароджувальної технології;
- при аналізі усіх існуючих технологій важливо виділити ключову технологію, що обумовлює кінцевий виробничий результат.

Таким чином, про технологічний прорив або технологічний розрив підприємства можна говорити лише тоді, коли внаслідок поліпшення виробничих, технологічних чи бізнес-процесів, або управління ними досягнуто якісного або кількісного приросту корисного результату у порівнянні з попереднім його рівнем, чи рівнем, який є досягнутим на інших виробництвах.

Список використаних джерел

1.Лобачева Г.К. Технологический менеджмент: Учебно-методическое пособие / Лобачева Г.К., Беляева Ю.Л., Фоменко А.П. - Волгоград: Изд-во ВолГу, 2004. — 116 с.

Казанджі Альона
аспірант
Одеський державний аграрний університет
м. Одеса
Україна

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні реалії ринкового середовища свідчать, що підприємствам стає все складніше утримувати лідируючі конкурентні позиції в традиційний спосіб. Реалізація стратегічних цілей підприємства підвищує вимоги до компетентності і особових якостей співробітників, а також диктує необхідність розвитку організаційної культури. В умовах зростання ролі нематеріальних чинників в забезпеченні конкурентоспроможності підприємства в ринкових умовах, організаційна культура постає одним з найважливіших чинників розвитку

підприємства, інтегруючи в собі систему цінностей, орієнтованих на систематизацію і реалізацію його внутрішнього потенціалу.

Усвідомлення теоретиками менеджменту вагомого значення організаційної культури відбулося у 70-х роках XX століття. Шукаючи шляхи подолання кризи управління в американських компаніях вченими була висловлена думка про те, що кризу управління можна подолати шляхом зваженого впливу на організаційну культуру підприємств [1].

Сьогодні організаційна культура є одним з найбільш важливих нематеріальних активів, що визначає напрям розвитку підприємства, а рівень її розвитку та ефективність безпосередньо впливають на інвестиційну привабливість підприємства та рівень його конкурентоспроможності на ринку.

Згідно традиційних поглядів на дефініцію «організаційна культура» вона є сукупністю цінностей, переконань, правил, що забезпечують злагодженість і чіткість роботи працівників та підвищують трудову дисципліну.

Процес розвитку організаційної культури обумовлений впливом системи цінностей організації на стратегію її ринкового розвитку, в основі якої лежать специфічні конкурентні переваги [1]. За результат розвитку організаційної культури підприємства приймається співвідношення організаційних цінностей працівників, направлених на реалізацію цілей розвитку підприємства. Результат трудової діяльності працівника підприємства розглядається не лише як послідовна реалізація трудових функцій, але й як етична і психологічна спрямованість кожного члена колективу, виконання загальнолюдських етичних норм. Тобто організаційна культура робить вплив на якість праці, морально-психологічний клімат в колективі, результативність і прибутковість підприємства. Однією із переваг над конкурентами, яку надає високий рівень організаційної культури, є узгодженість та послідовність дій персоналу, його залучення та зацікавленість у діяльності підприємства. Спільні для працівників організаційні цінності та переконання посилюють внутрішню координацію, зацікавленість у спільній діяльності та сприяють усвідомленню кожного працівника як частини загального результату. Таким чином, виникає взаємозв'язок між формування конкурентних переваг і рівнем розвитку організаційної культури.

Будучи результатом взаємодії членів колективу організаційна культура має свої специфічні особливості, оскільки вона з одного боку є продуктом взаємовідносин працівників підприємства, які мають спільну мету, а з іншого - виступає у якості організаційного засобу, який направляє і коригує поведінку працівників відповідно до загальноприйнятих норм і цінностей.

Формуючи стійкі духовні зв'язки і комунікації усередині організації, організаційна культура створює її внутрішній потенціал нематеріальних активів, за рахунок якого підприємство зможе вижити в умовах кризи (наприклад, за допомогою командного духу персоналу, його відданості організації) і розвиватися (за рахунок високої кваліфікації працівників, власних розробок

тощо) [2, с. 292]. При цьому можна стверджувати про універсальність цього механізму, який: з одного боку, обумовлює внутрішньо організаційну систему формування конкурентних переваг, базуючись на певних нормах, правилах, а з іншого боку - позиціонує підприємство на ринку, характеризуючи його імідж, статус і стиль управління, тобто формує систему її зовнішніх конкурентних переваг.

Основними напрямами реалізації організаційної культури є культура умов праці, культура засобів праці і трудового процесу, культура взаємовідносин, культура управління тощо.

Для кожного підприємства організаційна культура конкретизується в специфічній системі цінностей, переконань, етичних норм, традицій та принципів, що сприймаються членами колективу. Загальні цінності, правила і норми поведінки колективу повинні бути тісно пов'язані з метою діяльності підприємства та основними методами її досягнення. Це забезпечить значення виробничої діяльності в очах працівників, тому що досягнення цілей підприємства сприяє досягненню їх власних цілей, задоволенню їх потреб, відповідає внутрішній структурі особистості кожного працівника. Елементи організаційної культури, засвоєні працівником цінності і норми, є внутрішніми спонукальними силами, мотивуючими працівника до ефективної діяльності, до більш продуктивної і якісної праці [3].

Отже, вплив організаційної культури на підприємство є колосальним і суттєвим чинником у підвищенні конкурентоспроможності сучасного підприємства та сприяє розвитку підприємства в цілому. Таким чином, організаційна культура перестає бути лише теорією і здобуває статус реальної практичної поведінки, діями і способом керівництва підприємства і працівників, які реалізуються в моральних, інтелектуальних, організаційних, інформаційних, управлінських, психологічних та професійних відносинах.

Список використаних джерел

1. Харчишина О. В.Формування організаційної культури в системі менеджменту підприємств харчової промисловості: Монографія. – Житомир: Вид-во Житомирського державного університету ім. І Франка, 2011. – 289 с.

2. Смолінська Н. В. Формування та зміна організаційної культури підприємства / Н.В. Смолінська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2011. – № 698. – С. 290–295.

3. Бендерська І. Роль організаційно-економічної культури в активізації діяльності машинобудівних підприємств [Електронний ресурс] / І. Бендерська // Соціально-економічні проблеми і держава. — 2011. — Вип. 2 (5). — Режим доступу до журн. : http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11biidmp.pdf.

Кальна-Дубінюк Тетяна
д.е.н., професор
Данилюк Сергій
здобувач
Бас Оксана,
здобувач
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ДОРАДНИЦТВА е-ДОРАДА ДЛЯ ПОШИРЕННЯ ЗНАНЬ І ІНФОРМАЦІЇ

Важливим при розбудові ринкової економіки є поширення знань і інформації для впровадження інновацій. Пошук нового в агровиробництві забезпечить його конкурентоздатність, а звідси і успішний розвиток.

Дорадництво почало розвиватись в Україні з перших кроків її незалежності. Україна має закон «Про сільськогосподарську дорадчу діяльність». В кожній області створені дорадчі служби, іде сертифікація дорадників та експертів-дорадників, розвивається дорадча освіта.

Основне завдання дорадництва – поширення знань і інформації від того, де вини є тому, кому вони потрібні шляхом організації інформаційно-консультаційного забезпечення сільгоспвиробників і населення.

Дорадництва сьогодні інтегрується в систему державного управління агропромисловим виробництвом, включаючи його інноваційно-інституціональний розвиток, що враховує конверсійність ринку інформаційно-консалтингових послуг. Однак ризик прийняття рішень, конфліктність інтересів сторін, економічний стан потенційних клієнтів, їх інтерес до дорадництва й обмеженість його державної підтримки в Україні не дає змоги його успішно розвивати для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних агровиробників.

Створення системи електронного дорадництва е-Дорада (www.edorada.org) для сільськогосподарських виробників і сільського населення, застосовуючи сучасні Інтернет-технології, дозволяє отримувати необхідну й достовірну інформацію та знання в будь який час і у будь якому місті для їх швидкого впровадження в складних економічних умовах ведення сільськогосподарської діяльності. Така електронна система заснована на використанні напрацьованих баз даних і баз знань на національному рівні, надаючи користувачам найкращу інформацію з усієї країни, а також можливості використання зарубіжних інформаційних ресурсів. Користувачі електронного дорадництва отримують доступ до освітніх ресурсів в будь-який час у різноманітних предметних областях. Вони можуть знайти об'єктивну, не дубльовану, науково-обґрунтовану інформацію, зібрану університетами, дослідницькими центрами та промисловими експертами по всій системі дорадництва. Інформаційні бюлетені (таблиці даних), «Часті Питання», «Запитай Експерта», тематичні дискусійні групи і навчальні модулі, все створене фахівцями системи дорадництва та

суміжних галузей, допомагатиме користувачам швидко знаходити потрібну їм інформацію за необхідності. Об'єднання фахівців, що є складовою електронного дорадництва, включають викладачів, науковців, галузевих експертів і представників державних установ, які поділяють знання і уміння в предметній області і готові працювати разом для подальшого розвитку та обміну знаннями в формі освітніх продуктів і програм. Об'єднання фахівців співпрацюють із своїми клієнтами за інтересами - визначена група осіб зі схожими інтересами, запитами, і освітніми потребами зібрана навколо певної предметної області.

Приєднуючись до системи е-Дорада Ви можете приєднатися до вже існуючої спільноти практиків, або створити свою власну, якщо предметна область, що Вас цікавить ще не представлена.

Основні функції спільноти практиків: допомога у задоволенні потреб у знаннях своїх членів або клієнтів; стратегічне управління наявними знаннями у своїй конкретній предметній області, у тому числі оновлення і підтримка даних; кращий практичний розвиток освітніх продуктів і програм; інновації в предметній області знань і їх донесення до користувачів; постійна взаємодія з користувачами; відповіді на запитання (гаряча лінія).

Перевагами для організацій, що прийматимуть участь в е-Дорадництві є розширений спектр послуг для користувачів – е-Дорада забезпечить доступ і взаємодію з клієнтами 24 години на добу, сім днів на тиждень. Користувачі будуть мати доступ до інформації та освітніх програм коли і де їм це необхідно.

Список використаних джерел

1. Кальна-Дубінюк Т.П. Електронна інформаційно-консультаційна система дорадництва за видами діяльності / Т.П. Кальна-Дубінюк,К.Г. Рогоза, М.М. Гнідан, С.І. Данилюк // Зб. матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції «Глобальні і регіональні проблеми інформатизації в суспільстві та природокористуванні 2015», м. Київ НУБіП України, 25-26 червня 2015 року. – С. 22-27.

Катковская Светлана
студентка
Гринберг Семен
к.э.н., доцент
Белорусская Государственная сельскохозяйственная академия
г. Горки
Республика Беларусь

РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В современном мире, с переходом экономики к рыночным отношениям, повышается самостоятельность предприятий, их экономическая и юридическая ответственность. Маркетинговая стратегия компании обычно закрепляется в документе, имеющем одноименное название или название «маркетинговая политика». Маркетинговая стратегия разрабатывается как составная часть общей стратегии развития компании. В зависимости от отраслевой принадлежности,

ситуации на рынке и сложившихся особенностей управления организацией маркетинговая стратегия может разрабатываться на срок от 1 года до 25 лет. Вместе с тем усиливается и роль конкуренции, как основного механизма регулирования хозяйственного процесса. В таких условиях фирма не может ограничиваться только текущим планированием и оперативным управлением своей деятельностью. Назрела необходимость стратегического мышления, которое должно воплотиться в программу действий, уточняющую цели и средства выбранного пути развития. В последнее время основной упор делается на формирование ориентированной на рынок эффективной организационной и управленческой системы и распределение в соответствие с этим управленческих ресурсов фирмы. Иначе говоря, маркетинговая стратегия Целью данной работы является изучение теоретических и методических аспектов разработки маркетинговой стратегии на предприятии «Оршасырзавод».

Для решения поставленной цели предстоит решить ряд задач:

- изучить общие принципы маркетинговой стратегии и стратегического управления;
- рассмотреть подходы к анализу внешней и внутренней среды предприятия
- выявить модели выработки стратегических альтернатив;
- проанализировать особенности стратегического поведения предприятия на примере ОАО «Оршасырзавод»

Предмет исследования: механизм разработки маркетинговой стратегии предприятия.

Цель предприятия при проведении маркетинга - достижение максимально высокого уровня потребления. Целью предприятия служит влияние на потребителя по принципу: чем спрос больше, тем лучше. Основное внимание уделяется тому, чтобы всеми путями стимулировать спрос на свою продукцию.

Для осуществления данной цели будут проводиться следующие мероприятия

1. Постоянный, систематический, всесторонний учёт состояния и динамики потребностей, спроса и потребления, а также особенностей рынка, условий производственной и сбытовой деятельности в целях принятия предприятием соответствующих хозяйственных решений.

2. Создание условий для быстрого приспособления производства, ассортимента и качества продукции, всей системы управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия к требованиям рынка, структуре и динамике потребностей и спроса.

3. Активное воздействие на спрос, рынок и потребителей с помощью рекламы, торговой и ценовой политики, действенной системы контроля за сферой товародвижения.

В комплекс мероприятий предприятия по маркетингу входят:

- анализ рыночных возможностей предприятия, выбор и сегментирование рынков, определение возможных «ниш»

- изучение потребностей существующих и потенциальных покупателей товаров предприятия и их поведения на рынке;
- разработка товаров, отвечающих потребностям покупателей;
- позиционирование выпускаемых товаров, оценка перспектив их развития;
- выбор методов распространения и продвижения товаров;
- установление конкурентоспособных цен на товары;
- определение мероприятий по стимулированию продаж и проведению рекламной кампании;
- изучение конкурентов;
- привлечение маркетинговых посредников;
- установление контактов с общественным организациями и средствами массовой информации.

В итоге вся маркетинговая деятельность направлена на создание новых товаров, необходимых потребителям; на отыскание новых рынков для своих товаров, продвижения товаров на эти рынки и удержание завоёванных долей рынка. От этой деятельности зависит объём реализации товаров и в конечном счёте прибыль.

Концепции маркетинговой деятельности:

1) Концепция совершенствования производства. Необходимо отдать стратегический приоритет совершенствованию производства, создающих возможность назначения невысоких цен, и широкому развитию каналов распределения.

2) Концепция интенсификации коммерческих усилий. Товары найдут сбыт на рынке, если предприятие затратит значительные усилия на сферу сбыта и стимулирование продаж, перераспределение затрат с производства в сферу сбыта. В зависимости от характера существующего и объёма желательного спроса использован соответствующий вид маркетинга:

1. На рынке Витебской, Могилёвской, Гомельской областей применим поддерживающий маркетинг, так как спрос точно соответствует возможностям предприятия. Необходимо проводить продуманную политику цен, целенаправленно осуществлять рекламную работу, стимулировать в нужном направлении сбытовую деятельность.

2. На рынке Минской, Гродненской областей применим развивающий маркетинг, так как имеется потенциальный спрос. Проводится поиск новых возможностей оживления спроса, то есть придание товару рыночной новизны, согласование производственных возможностей предприятия с потенциальным рынком.

3. На рынке Брестской области применим конверсионный маркетинг, так как спрос негативен. Разработка плана рекламной работы и продвижения товара, который сформулировал бы спрос и противодействовал бы негативным тенденциям в его изменении.

4. На рынке Российской Федерации продвижение продукции через участие в выставках, ярмарках, поиск оптовых партнёров по продвижению продукции.

При выборе стратегии маркетинга необходимо учесть взаимосвязь цены и затрат на маркетинг. На основании этого предприятие использует стратегию широкого проникновения: цены на товар устанавливаются низкие, затраты на маркетинг - высокие.

Применим массовый (недифференцированный) маркетинг - предприятие обращается ко всему рынку с одинаковым товаром.

Ценовая политика заключается в следующем: необходимо устанавливать на свои товары такие цены и так изменять их в зависимости от ситуации на рынке, чтобы овладеть определённой долей рынка, повысить свой имидж и получить планируемую сумму прибыли. Возможная цена товара определяется исходя из анализа:

- цены на аналогичный товар или товар-заменитель у конкурентов (определяется средний уровень цен на данном рынке),
- цены, определяемой спросом на данный товар (цены могут колебаться во всем диапазоне от минимальных до максимальных).

Предприятие применяет систему скидок для потребителей с целью их привлечения более выгодными, чем у конкурентов, условиями покупки товара предприятия:

-сезонные скидки производятся по товарам, имеющим сезонный характер

-персональные скидки производятся для специальных покупателей, в которых особенно заинтересовано предприятие

-накопительные скидки для постоянных покупателей

Основная стратегия распределения продукции предприятия - развитие косвенного канала товародвижения через квалифицированных посредников с учётом продуктово - рыночных стратегий [1].

Список источников литературы

1. ОАО «Оршасырзавод» [Электронный ресурс] / Оршасырзавод. Режим доступа: http://www.orsha-cheese.by/company/. Дата доступа: 26.04.2016

Кисель Анастасия
студентка
Грудницкая Екатерина
студентка
Грабар Роза
ст. преподаватель
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ И БЫТОВЫХ ОТХОДОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время одной из основных экологических проблем является проблема загрязнения биосферы бытовым мусором. На каждого жителя нашей планеты приходится в среднем от 300 кг до одной тонны мусора в год. Большая часть бытового мусора не разлагается в естественных условиях или имеет очень

длительный срок разложения. Доля такого мусора увеличивается с каждым годом. Это характерно не только для промышленности, сельского хозяйства, но и для отдельно взятых жителей. Поэтому изучение данной темы весьма актуально в настоящее время, так как от того, какие пути решения мы найдем и как будем с этим бороться, зависит здоровье каждого человека и здоровье всей страны в целом, к тому же, переработка отходов может стать достаточно прибыльным видом деятельности.

Следует сказать, что в Беларуси ежегодно образуется около 4,0 млн. тонн коммунальных отходов. Из общей массы на отходы потребления (отходы, которые образуются у населения) приходится около 3,0 млн. тонн.

Коммунальные отходы (ТКО) - это отходы потребления, образующиеся в населенных пунктах и иных населенных местах, уличный и дворовый смет, а также отходы производства, образующиеся в процессе осуществления экономической деятельности, необходимой для обеспечения жизнедеятельности человека в населенных местах, согласно перечню отходов, утверждаемому Министерством жилищно-коммунального хозяйства Республики Беларусь [1].

Отходы потребления (бытовые отходы) – это отходы, образующиеся в процессе жизнедеятельности человека, не связанной с осуществлением экономической деятельности [3].

Объем образования бытовых отходов растет и напрямую связан с уровнем потребления. В Беларуси самый большой объем бытовых отходов приходится на ПЭТ-бутылки от питьевой, минеральной воды и прохладительных напитков – 15,5 тыс. тонн и на пластиковые бутылки от пива и слабоалкогольных напитков – около 8 тыс. тонн. Также следует отметить, что большую часть из отходов населения составляют органические отходы – 42%, на долю отходов их бумаги и картона приходится 6%, на пластмассу и стекло – 8% и 7% соответственно. Следует обратить внимание, что 28% отходов – это трудноразделяемые отходы, которые не возможно отнести ни к одной группе.

Нельзя не согласиться, что отходы населения вредят окружающей среде, особенно в деревнях, где образуются целые горы мусора, вывезенного в лес или на поле. Однако это не так катастрофично по сравнению с вредными выбросами, отходами промышленных предприятий. Конечно, отходы присутствуют во всех видах экономической деятельности, но существенно отличаются по количеству и своей вредности. Поэтому, на мой взгляд, целесообразным будет привести динамику изменения уровня отходов на душу населения на протяжениии десятилетия 2010-2014гг., которая поможет лучше разобраться в происходящих изменениях (рисунок 1).

Рис. 1 – Отходы на душу населения

Источник: [4]

Из рисунке 1 можно увидеть, как изменяется количество отходов производства и ТКО на душу населения. Можно точно сказать, что самое малое количество первых приходилось на 2009 год – 2869 кг/чел., однако в 2014 году эта цифра увеличилась почти в 1,5 раза и составила 5544 кг/чел. Это, на мой взгляд, связано с развитием производственной деятельности для поддержания экономики страны и, в первую очередь, с отсутствием у предприятий возможности в переработке собственных отходов. Дело с ТКО обстоит ничем не лучше, так как их количество с каждым годом продолжает расти. В 2014 году показатель уровня данных отходов на душу населения составил 421 кг/чел., что на 10 кг/чел. больше, чем в предыдущем.

Эти цифры весьма внушительны на сегодняшнее время, поэтому необходимо искать эффективные способы утилизации нарастающих с каждым годом отходов. Самый рациональный способ их утилизации – тщательная переработка мусора на специализированных предприятиях, в результате чего появляется новый вид продукции со значительно меньшими затратами.

Отходы, которые могут использоваться после сбора, называются вторичным материальным ресурсом (ВМР), т.е. это та часть коммунальных отходов, которая может быть подвержена переработке и использованию в условиях нашей страны. На сегодня в Беларуси к ВМР относятся отходы бумаги и картона, отходы стекла, полимерные, текстильные, резиносодержащие отходы.

Использование вторичного сырья является эффективным для развития производственной деятельности и для экономики страны в целом, это проявляется:

– в экономии первичного сырья для производства продукции,

– в экономии трудовых, финансовых ресурсов на подготовку первичного сырья,

– в экономии земельных ресурсов, когда не приходиться занимать новые территории для полигонов ТКО и проводить освоение новых ресурсов.

– в улучшении показателей окружающей среды, т.е. показателей загрязнения атмосферного воздуха, воды и т.д. [2].

Еще одним немаловажным фактором целесообразности переработки отходов является создание дополнительных рабочих мест на предприятии, что в свою очередь может значительно улучшить острую проблему безработицы, существующей на данный момент в стране.

Для большего стимулирования использования отходов в качестве вторсырья, необходимо отметить их вредное воздействие на растительный и животный мир, в том числе и на человека. При хранении отходов происходит образование новых экологически опасных веществ и размножение новых видов микроорганизмов, которые предоставляют серьезную опасность как для окружающей природной среды, так и для человека. В почву и грунтовые воды попадают токсические вещества (свинец, ртуть), а накапливаясь уничтожают все живое. Люди от этого получают увеличение количества заболеваний (в т.ч. онкологии), снижение рождаемости и увеличение случаев рождения детей с различными патологиями.

С данными проблемами в настоящий момент активно борется государство, выделяя значительную сумму средств для поддержания окружающей среды, вследствие причиненного вреда отходами производства.

Таким образом, переработка бытовых отходов обоснована с экологической и экономической точек зрения. Это способствует привлечению в отрасль новых фирм, получающих доход от переработки отходов и использования вторсырья. Это принесет не только экономическую пользу, но и позволит сохранить природное богатство страны. Очень хочется верить, что в ближайшее время будут сделаны шаги по созданию новой более эффективной и экологической системы обращения с ТБО, чему должны способствовать и мы, все граждане Беларуси, если для нас дорого собственное здоровье и здоровье всей нации.

Список использованных источников

1. Белорусский Правовой портал [Электронный ресурс] / Закон Республики Беларусь «Об отходах» от 27 июля 2007 года. – Режим доступа: http://pravo.levonevsky.org - Дата доступа: 10.02.2016

2. Портал о экологии и охране труда в Республике Беларусь [Электронный ресурс] / Использование отходов – Режим доступа: http://otxody.by - Дата доступа: 10.02.2016

3. «Цель 99» - официальный сайт [Электронный ресурс] / К чему мы пришли, с чего начинаем движение к «Цели 99». – Режим доступа: http://target99.by – Дата доступа: 10.02.2016

4. Национальный статистический комитет РБ [Электронный ресурс] / Образование отходов. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by – Дата доступа: 10.02.2016

Козак Людмила
к.е.н., професор
Національний транспортний університет
м. Київ
Україна

ПЛАНУВАННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА НА РЕКЛАМУ

В умовах ринкових відносин велику роль відіграє реклама, яка сприяє підвищенню конкурентоспроможності продукції на ринку та формуванню якісно нового іміджу підприємства в очах споживачів. Реклама продукції і діяльності підприємства – це найважливіша складова частина комплексу маркетингових заходів, своєрідний інформаційний вихід на споживача. Розробка рекламної стратегії є складним процесом, який поєднує в собі всі етапи маркетингової діяльності, починаючи з відбору ринкових сегментів, позиціонування товарів і закінчуючи розробкою продуктової стратегії фірми. З одного боку, рекламу можна використовувати для створення довгострокового стійкого образа товару, а з іншого – для стимулювання швидкого збуту. Реклама – це ефективний спосіб охоплення великої кількості географічно розкиданих покупців зі схожими потребами.

Проте рекламна діяльність пов'язана з певними витратами з боку рекламодавця, тому проблема оптимізації витрат на неї є актуальною для багатьох підприємств, що широко застосовують рекламу у своїй діяльності. Під оптимізацією витрат ми розуміємо не банальне урізання рекламного бюджету підприємства, а знаходження найефективнішого співвідношення між рекламними витратами та очікуваними прибутками від реалізації рекламованої продукції. При недостатньому обсязі рекламних витрат їх ефект, що виражається в збільшенні обсягу продажів, близький до нуля. Разом з тим існує певна максимальна межа, після якої збільшення витрат на рекламу також не приводить до зростання збуту.

Обсяг витрат на рекламу тісно пов'язаний з вибором рекламного носія. Найбільш поширеними рекламними носіями є: газети, телебачення, каталоги, проспекти, брошури, радіо, журнали, рекламні щити, плакати, рекламні листи, телефонні дзвінки, магнітофонні записи, рекламні сувеніри. Найдорожчим рекламним носієм є телебачення, адже саме воно дає змогу підприємству охопити найбільшу кількість потенційних споживачів. Проте далеко не завжди телебачення є найефективнішим носієм реклами. Ефективність рекламних носіїв визначається виходячи із завдань рекламодавця стосовно цих носіїв. Крім того, при виборі носіїв поширення рекламних послань варто мати на увазі, що разовий, одиничний контакт з потенційним покупцем не має практичної комерційної цінності. Результат може принести тільки систематична рекламна робота, причому важливо, щоб виникаючі контакти не були відділені один від одного занадто великими проміжками часу: оптимальним вважається щотижневий контакт, рідкі контакти сприймаються як разові й мають дуже низьку комерційну цінність. Найчастіше запорукою високої ефективності рекламного повідомлення може послужити комбінація різних носіїв.

Розрахунок рекламного бюджету є однією з найбільш важких проблем, що стоять перед підприємством. На розмір рекламного бюджету підприємства здійснюють

вплив такі фактори: об'єм і розміри ринку; роль реклами в комплексі маркетингу; етап життєвого циклу товару; диференціація товару; розмір прибутку і об'єм збуту; затрати конкурентів; фінансові ресурси [2]. Всі ці фактори взаємозалежні, взаємопов'язані, постійно змінюються, і при розробці бюджету їх необхідно розглядати в сукупності. Мета підприємства — не виходячи за рамки бюджету, домогтися максимального охоплення представників цільової аудиторії за кожний рекламний цикл.

Виділяють чотири найпоширеніші методи планування рекламного бюджету: від наявних засобів; у відсотках до суми продажів; конкурентного паритету; виходячи з цілей і завдань [1]. Метод обчислення «від наявних засобів» ґрунтується на довільному формуванні рекламного бюджету, виходячи із суми, яку собі може дозволити підприємство. Метод обчислення «у відсотках до суми продажів» передбачає встановлення рекламного бюджету як частки від поточного або очікуваного обсягу збуту продукції. Метод конкурентного паритету визначає розмір рекламного бюджету підприємства на рівні відповідних витрат конкурентів. На нашу думку жоден з цих трьох методів не сприяє оптимізації рекламних витрат, оскільки не передбачає жодного логічного підґрунтя при встановленні розміру рекламного бюджету. Використовуючи метод обчислення рекламного бюджету «виходячи з цілей і завдань» підприємство чітко окреслює цілі, зв’язує витрати з виконанням завдань плану. За цим методом легко визначити ефективність витрат на рекламу, як співвідношенням між результатом, отриманим від реклами, і величиною витрат на проведення рекламних заходів за фіксований відрізок часу, а також ступеню досягнення цілей підприємства.

Список використаних джерел

1. Біляченко О.Л. Реклама як інструмент створення бренду: сучасний стан і облікове обличчя / О.Л. Біляченко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2014. – № 5 (67). – С. 116-121.

2. Дерій В.А. Відображення витрат на рекламу підприємства в системі обліку з позиції доцільності їхнього здійснення / В.А. Дерій // ЕКОНОМІКА: реалії часу. – 2015. – №2. – С. 220-225.

Колодей Оксана
студентка
Чернорук Светлана
ст. преподаватель
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

РАЗВИТИЕ ЛИЗИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Одним из самых молодых и стремительно развивающихся рынков принято считать рынок лизинговых услуг. Лизинг – это специфическая форма финансирования вложений на приобретение оборудования, недвижимого имущества, а также других элементов основного капитала при посредничестве

лизинговой компании, которая и приобретает для третьего лица право собственности на имущество и отдает это имущество ему в лизинг на установленный по договору лизинга период времени.

Сущность лизинга состоит в непосредственном разделении понятия «собственность» на право использования и право владения. Ведь именно лизингодатель остается собственником имущества в период лизинговой сделки. Объектами лизинговой деятельности выступают здания, транспортные средства, строительная техника, различное производственное оборудование, ноу-хау и другое. В классической лизинговой сделке принимают участие три стороны:

- лизингодатель – собственник имущества;
- лизингополучатель – лицо, которое пользуется имуществом;
- поставщик – продавец имущества лизингодателю.

Однако, следует отметить, что кроме вышеперечисленных трех сторон в лизинговой сделке также могут принимать участие банк, который занимается финансирование лизинговой операции, а также брокерская фирма, которая непосредственно не занимается предоставлением имущества, а является посредником между лизингодателем, лизингополучателем и поставщиком. Если же намечается крупномаштабная сделка, то чисто участников может увеличиться до 6 – 7, в том числе финансовые организации, брокерские фирмы, трастовые компании и другие [2].

Как отечественные, так и зарубежные специалисты основными видами лизинга выделяют оперативный и финансовый лизинг. Отличают их по следующим критериям: срок использования оборудования, лип лизингового оборудования, а также объём обязанностей лизингодателя. Лизинг является одним из довольно эффективных в последние десятилетия инвестиционных инструментов в следующих направлениях: необходимости более рационального использования финансовых ресурсов; требованиях, предъявляемых научно-техническим прогрессом к замене основных фондов; глубоких изменениях, которые протекают в мировой экономике и другое.

Актуальность развития лизинговой деятельности в Республике Беларусь, включая создание лизингового рынка, обусловлена неблагоприятным состоянием парка оборудования: достаточно низкая эффективность использования морально устаревшего оборудования, его значительный удельный вес, также, что не мало важно, отсутствие обеспеченности запасными частями и т.д.

Стремительное развитие лизинговых в Республике Беларусь услуг наблюдается с 2002 – 2003 годов, несмотря на то, что сами лизинговые операции в нашем государстве совершаются с начала 1990-х годов. Суммарный объём лизинговых операций на 2003 год составлял около 288,8 млрд. руб., что соответствовало 122,7 млн. евро, в 2004-2007 годах он вырос более чем в 5 раз в номинальном выражении и более чем в 4 раза в валютном эквиваленте (объём операций в 2007 году составил около 494,4 млн. евро) [5, с.343]. По данным на 01.07.2015 г. 100 лизинговых организаций были внесены в реестр лизинговых

организаций, а по состоянию на 01.08.2015 г. – 98 лизинговых организаций. При этом 6 организаций еще с начала 2015 год были исключены по заявлению, 2 лизинговые организации по причине несоответствию требованиям Указа президента Республики Беларусь от 25 февраля 2014 года №99. Следует также отметить, что общий уставный фонд лизинговых организаций, которые были внесены в реестр, на 01.07.2015 г. составил 3,1 трлн. руб. Согласно официальным данным Национального банка Республики Беларусь ы программном комплексе «Лизинг» общий уставный фонд лизинговых организаций составил в эквиваленте 418, 2 млн. евро, увеличившись при этом с 01.02.2015 г. на 0,9 трлн. рублей (1,5 млн. евро в эквиваленте). Данному положительному росту сопутствует выполнение лизинговыми организациями требований Указа № 99 по формированию минимального размера уставного фонда [1].

По данным отчетности по итогам второго квартала 2015 года объем лизингового портфеля, то есть задолженность лизингополучателя на 01.07.2015г.увеличилась с 01.02.2015 г. на 2,97 трлн. рублей или 16,3 процента и составила около 21,17 трлн. белорусских рублей или 1,4 млрд. долларов США (курс на 01.07.2015г.). Операции финансового лизинга в объёме лизингового портфеля составляют около 99,9 процента [4]. Необходимо также отметить, что около 66 процентов совокупного объёма лизингового портфеля приходится на ЗАО «БПС-Лизинг», СООО «ВТБ Лизинг», СООО «Райффайзен-Лизинг», ОАО «Промагролизинг», ООО «АСБ Лизинг» [3].

Несмотря на сложность и неоднозначность развития лизинговой деятельности в нашем государстве, объёмы лизинговых операций имеют положительные тенденции роста. Для успешного развития лизинга в Республике Беларусь необходимо наличие твёрдой нормативной правовой базы, которая будет стимулировать этот вид деятельности. В Республике Беларусь необходимо расширять возможности и активность международного лизинга, привлекая тем самым инвестиции и иностранную валюту в государство.

Список использованных источников

1. Pravo.by [Электронный ресурс] / Указ президента Республики Беларусь. – Режим доступа: http://www.pravo.by/. – Дата доступа: 01.04.2016 г.

2. Ассоциация лизингодателей [Электронный ресурс] / Подведение итогов деятельности лизинговых организаций Республики Беларусь за 2 квартал 2015 г. – Режим доступа: https://leasing-belarus.by/podvedeny-itogi. – Дата доступа: 01.04.2016 г.

3. Конвенция УНИДРУА о международном финансовом лизинге от 28 мая 1988г. // Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. 2000. - № 19. - № 3/46.

4. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Рекомендации по составлению отчетности и информации, подлежащих предоставлению лизинговыми организациями в Национальный банк Республики Беларусь. – Режим доступа: http://www.nbrb.by/finsector/. – Дата доступа: 01.04.2016 г.

Конончук Екатерина
студент
Дубойская Виктория
ассистент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ

Одной из главных проблем белорусской экономики является монополия. Монополия влечет за собой застой хозяйственного механизма, тормозит конкуренцию, является угрозой для нормального рынка. Монополия – рыночная структура, при которой одна фирма является поставщиком продукта, не имеющего близких заменителей [1, с. 152].

В РБ существует множество субъектов монополий, подлежащих записи в Государственном реестре. Рассмотрим динамику количества хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарных рынках РБ, за 2013-2015гг.

Таблица 1

Динамика хозяйствующих субъектов, включенных в Государственный реестр, за 2013-2015гг.

	2013 г.	2014г.	2015г.	Темп роста, %	
				2014г. к 2013г.	2015г. к 2014г.
Хозяйствующие субъекты, занимающие доминирующее положение на товарных рынках:	525	540	593	102,86	109,81
• на республиканском уровне	158	162	168	102,53	103,7
• на местном уровне	367	378	425	103	112,43
Субъекты естественных монополий:	211	194	195	91,94	100,52
• на республиканском уровне	27	27	27	100	100
• на местном уровне	184	167	168	90,76	100,6

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [2].

За 2013-2014гг. количество субъектов естественных монополий снизилось с 211 до 194, или на 8,06%. Однако за 2014-2015 гг. произошло увеличение на 0,52%. Темп роста на местном уровне составил 90,76% за 2013-2014 гг. и 100,6% за 2014-2015 гг. На республиканском уровне изменений не произошло.

В связи с увеличением хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение, возникает необходимость государственного вмешательства, путем проведения комплекса экономических, законодательных и административных мер, направленных на обеспечение условий развития рыночной конкуренции, на недопущение чрезмерной монополизации рынка и злоупотреблений монопольной властью со стороны хозяйствующих субъектов. Другими словами необходимо проведение антимонопольной политики.

Антимонопольная политика - комплекс мероприятий, предпринимаемых государством для ограничения деятельности существующих монополий и недопущения формирования новых [1, с. 158].

Антимонопольная политика является весьма важным элементом государственной стратегии развития экономики. Хорошо продуманные меры по регулированию монополий способствуют развитию конкуренции, стабилизации рынка и совершенствованию экономики в целом.

В целях противодействия монополистической деятельности и развития конкуренции Министерством экономики в 2015 году выполнены следующие наиболее значимые мероприятия в области антимонопольной политики: принято 6 постановлений Министерства экономики РБ, согласовано 27 проектов нормативных правовых актов других госорганов на предмет соответствия антимонопольному законодательству; проведен анализ состояния и степени монополизации 14 товарных рынков республиканского уровня; рассмотрен 51 проект реорганизации, создания хозяйствующих субъектов и их объединений, сделок с акциями, долями в уставных фондах; рассмотрено 148 обращений хозяйствующих субъектов, органов управления и граждан [2].

Однако, в РБ присутствуют некоторые проблемы, характерные для антимонопольного регулирования. К таковым можно отнести: нестабильность законодательства, причем среди основных причин нестабильности, можно выделить частое регулирование отношений подзаконными актами; некомплектность и частичная несогласованность нормативных актов друг с другом; чрезмерная роль государства в регулировании экономических отношений; недостаточные гарантии прав собственности: присутствует дискриминация в отношении негосударственной собственности при закупке сырья, выдаче различного рода разрешений и др. [3].

Для улучшения антимонопольной политики РБ планируется: создание эффективного национального антимонопольного органа; гармонизация законов РБ «О ценообразовании», «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции», «О естественных монополиях» в рамках ратифицированных Соглашений о единых принципах и правилах регулирования деятельности естественных монополий, о единых принципах и правилах конкуренции в целях формирования Единого экономического пространства; пресечение фактов запретов и ограничений в отношении перемещения товаров в РБ, иных ограничений прав юридических лиц и индивидуальных

предпринимателей на продажу, покупку товаров при 17 межобластных поставках на основе Закона РБ «О противодействии монополистической деятельности и развитии конкуренции»; развитие правовой базы, включая доработку Закона РБ «О естественных монополиях», обеспечивающей равноправный и прозрачный доступ субъектов хозяйствования к инфраструктуре естественных монополий; сокращение масштаба монополизации инфраструктур путем разделения естественно-монопольных и потенциально конкурентных секторов, что приведет к созданию стимулов для снижения издержек и повышению качества поставляемых товаров и оказываемых услуг; внесение изменений в кодексы по вопросам административной ответственности за нарушение антимонопольного законодательства [4].

Для решения поставленных задач потребуется развитие конкурентной среды за счет снижения административных барьеров выхода на товарные рынки и работы на них, а также совершенствование нормативной правовой базы. В целях недопущения возникновения и усиления доминирующего положения субъектов хозяйствования на товарных рынках будет организован системный контроль над монополистической деятельностью. Не менее важными задачами являются обеспечение взаимодействия антимонопольных и правоохранительных органов для выявления картельных соглашений, усиление ответственности за нарушение антимонопольного законодательства. Кроме того предусматривается активное взаимодействие с антимонопольными органами других государств при проведении совместных расследований нарушений антимонопольного законодательства на трансграничных рынках. Реализация намеченных мер позволит сократить масштабы монополизации и сформировать добросовестную конкурентную среду, повысить конкурентоспособность продукции субъектов хозяйствования на товарных рынках [5].

Таким образом, антимонопольное регулирование в РБ широко развито: ряд мероприятий по совершенствованию антимонопольного законодательства проводится ежегодно, производится контроль над фирмами-монополистами, а органы антимонопольного регулирования сотрудничают со многими международными организациями, которые работают в сфере решения этой проблемы. Но несмотря на то, что в РБ антимонопольная политика находится на достаточно высоком уровне, ее необходимо совершенствовать, поэтому применяются различные меры для повышения ее эффективности.

Список использованных источников:

1. Экономичесая теория (Общие основы): Учебное пособие / М.И. Плотницкий, М. К. Радько, Г. А. Шмарловская и др.; под ред. М.И. Плотницкого. Минск.: ООО «Мисанта», 2011. – Изд. 2-ое, переработанное и дополненное.- 390 с.

2. Основные итоги работы антимонопольного органа за 2013-2015 гг. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.economy.gov.by/ - Дата доступа: 17.03.2016.

3. Государственная антимонопольная политика в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.economy.gov.by/ - Дата доступа: 19.03.2016.

4. Программа деятельности Правительства Республики Беларусь на 2011–2015 гг. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.government.by/ - Дата доступа: 21.03.2016.

5. Программа социально- экономического развития Республики Беларусь на 2011–2015 гг. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.economy.gov.by/ - Дата доступа: 21.03.2016.

Копчинська Ванда
ст. викладач
Житомирський національний агроекологічний університет
м. Житомир
Україна

УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РИЗИКУ

Успіх у діяльності підприємства визначається вмінням творчо використовувати та поєднувати способи максимізації прибутку з методами управління економічним ризиком в економічних і фінансових ситуаціях, які реально виникають.

Важливим і найбільш складним етапом дослідження управління діяльністю підприємства з урахуванням ризику є його кількісний аналіз, головна мета якого – врахувати всі чинники, котрі породжують ризик, розрахувати окремі види ризиків із фінансово–економічних позицій. Слід зазначити, що питання оцінки ризику розроблені недостатньо.

Під час вибору найменш ризикового рішення з декількох альтернатив недостатньо порівнювати їх дисперсії (чи семіваріації), якщо сподівані значення досліджуваної ознаки суттєво різняться. У цій ситуації доцільно порівнювати ризики рішень, обчислені у відносному виражені, коли ризик визначається як величина збитків, віднесена до деякої бази.

За базу зручно приймати або вартість майна підприємця, або загальні витрати ресурсів на даний вид діяльності підприємства, або очікуваний прибуток від даного виду діяльності. Для підприємства, як правило, беруть вартість основних фондів та оборотних засобів або планові сумарні витрати на даний вид ризикованої діяльності, маючі на увазі як поточні витрати, так і капіталовкладення чи розрахунковий прибуток.

Якщо розглянути модифіковані коефіцієнти варіації і семіваріації, коли випадкова величина $\Omega = \Omega^{+}$ (Ω^{+} – відображення норми прибутку, ЧПВ тощо), то величину ризику можна оцінювати як відношення міри варіабельності (змінюваності) цієї випадкової величини до приросту величини, що задає центр

її групування. Якщо через Z_0 позначити фіксоване (порогове) значення економічного показника, то для оцінки ризику у відносному вираженні можна використовувати модифіковані коефіцієнти варіації та семіваріації, які обчислюються за формулами:

$$CV_m(\Omega^+) = \frac{\sigma_Z(\Omega^+)}{Z(\Omega^+) - Z_0}; \qquad CSV_m(\Omega^+) = \frac{SSV_Z(\Omega^+)}{Z(\Omega^+) - Z_0},$$

де величина $Z(\Omega^+)$ відповідає абсцисі центра групування значень випадкової величини; $SSV_z(\Omega^+)$ та $\sigma_Z(\Omega^+)$ - відповідно середньоквадратичне та семі квадратичне відхилення випадкової величини (Ω^+) від центра групування $Z(\Omega^+)$. Якщо в наведених формулах покласти $Z_0 = 0$, то отримаємо коефіцієнти варіації та семі варіації щодо центра групування $Z = Z(\Omega^+)$.

Перевага надається тому проекту, для якого є меншим модифікований коефіцієнт варіації (чи семіваріації).

Модифікованим коефіцієнтам варіації та семіваріації можна надати таке економічне тлумачення: це величина ризику, що припадає на одиницю приросту міри ефективності результату [5].

Найголовнішою особливістю та перевагою процесу керування ризиком при управлінні є перетворення інформації про фактори і джерела в інформацію про рівні ймовірності здійснення умов невизначеності в процесах виробництва і реалізації послуг, що потім перетворяться в інформацію про показники рівня ефективності або неефективності діяльності в умовах ризику.

При прийнятті рішень в умовах невизначеності, що призводять до втрати прибутковості, необхідно вираховувати ризик бізнесу, а це один зі способів подолання невизначеності і підвищення прибутковості.

Тоді оптимізована модель з невідомими $\{b, S_i, i = 1,2,3\}$ має вигляд:

$$\begin{cases} (1-b)\sum_{i=1}^{3} S_i \sum_j c_{ij} p_{ij} \to \max, \\ bS_i = B_i, i = 1,2,3, \\ \sum_{i=1}^{3} S_i q_i - K \le R_0, \\ (1-b)\sum_i S_i \sum_j c_{ij} p_{ij} - \sum_{i=1}^{3} S_i q_i - \left(\sum_i S_i q_i - K\right)(1+r) \ge K(1+g), \\ \sum_j c_{ij} p_{ij} \ge a_1 q_i, i = 1,2,3, \\ \sum_j c_{ij} p_{ij} \le a_2 q_i, i = 1,2,3, \end{cases}$$

$0 < b < 1$.

Здійснюючи оцінювання, приймаються рішення в умовах ризику, зумовлених невизначеністю, конфліктністю, відсутністю повної інформації. Тому такі рішення мають здійснюватися за умов прийнятого рівня ризику.

Якісний та кількісний аналіз ризику, кількісна оцінка його ступеня є передумовами, що збільшують можливості отримання оптимального рішення з використанням при цьому вдало побудованих, адекватних економіко–математичних моделей, методів математичного аналізу, зокрема математичного апарату методів оптимізації економічних задач.

Як відомо, при управлінні діяльністю підприємства, рішення приймаються в умовах невизначеності. Можливість відхилення фактичного результату від наміченого характеризується ризиком бізнесу. Запропоновано використовувати моделі прийняття рішень в умовах невизначеності – пропозиція для реалізації різноманітних проектів, з огляду на споживчі властивості.

Здійснюючи оцінювання, рішення приймаючи в умовах невизначеності, конфліктності, відсутності повної інформації. Тому прийняття оптимальних економічних рішень має здійснюватися за умов прийнятого рівня ризику. Подальші дослідження будуть направлені, зокрема, на якісний та кількісний аналіз ризику, кількісну оцінку його ступеня, що є передумовами, для збільшення можливості отримання оптимального рішення з використанням при цьому вдало побудованих економіко – математичних моделей, методів математичного аналізу, зокрема математичного апарату методів оптимізації економічних задач.

Список використаних джерел

1. Балабанов И.Т. Риск – менеджмент. - М.: Финансы и статистика, 1996. – 192 с.
2. Вітлінській В.В. Аналіз та моделювання ризику проектів. – К.: КДЕУ, 1995. – 17 с.
3. Вітлінській В.В., Наконечний С.І. Ризик у менеджменті. – К.: Борисфен-М, 1996 – 336 с.
4. Економічний ризик: ігрові моделі: Навч. Посібник /В.В.Вітлінський, П.І. Верчено, А.В. Сігал, Я.С. Наконечний; За ред.. д-ра екон. наук, проф.. В.В. Вітлінського. – К.: КНЕУ, 2002. – 446 с.

Копытовских Александр
к.т.н., доцент
Полесский государственный университет
Копытовских Анна
студент
Белорусский государственный экономический университет
г. Минск
Республика Беларусь

ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОЛИТИКИ СКИДОКНА ОАО «БЕЛХУДОЖКЕРАМИКА»

При обосновании цен в период проведения акций с использованием скидок на товары обычно устанавливают соотношение между уровнем цен и спросом на продукцию. Для этого используются показатели эластичности спроса. Однако, практика их применения показала, что данный показатель не всегда даёт возможность получения адекватной оценки для принятия решения по уровню цен.

Поэтому, в работе сделана попытка усовершенствования методики управления ценами в период скидок в целях устранения указанной проблемы.

В общем случае под эластичностью спроса *E* понимают величину, равную произведению наклона кривой спроса (*dQ/dP*) на отношение цены *P* к объему спроса *Q*. Используют два основных метода расчета: в точке и по дуге. Но большее распространение получил метод расчета дуговой эластичности, который дает возможность оценить чувствительность спроса между двумя точками кривой спроса, то есть [1, с. 48].

$$E = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \times \frac{P_1 + P_2}{Q_1 + Q_2}, \qquad (1)$$

где Q_1 и Q_2 соответственно спрос (объем реализации) на продукцию до изменения и после изменения цены, P_1 и P_2 соответственно первоначальная и измененная цена на единицу товара.

Поскольку снижение цен, как правило, приводит к росту спроса на продукцию, показатель эластичности спроса по цене всегда получается отрицательным (кроме случая равенства нулю). Поэтому на практике для удобства знак минус опускают. Тогда диапазон изменения показателя эластичности лежит в пределах от 0 до +∞.

В существующей практике общепринятым ориентиром для принятия решения по изменению цен на товары и услуги являются критерии, приведенные в таблице 1 [2, с. 236].

Однако, как показали проведенные нами исследования на материалах работы магазина ОАО «Белхудожкерамика» в г. Гродно, рекомендации по регулированию цен, приведенные в таблице 1, соблюдаются далеко не всегда, т.е. даже при высоких значениях показателя эластичности спроса может наблюдаться снижение выручки, прибыли и рентабельности реализации продукции.

Таблица 1

Изменение выручки и прибыли предприятия в зависимости от значения эластичности спроса

Эластичность	Снижение цены	Повышение цены
Эластичный спрос $E > 1$	объем спроса повышается в большей мере, чем снижается цена; выручка и прибыль предприятия увеличиваются.	объем спроса уменьшается в большей степени, чем повышается цена; выручка и прибыль предприятия падает.
Спрос единичной эластичности $E = 1$	объем спроса увеличивается на тот же процент, что и уменьшается цена; выручка и прибыль не изменяется.	объем спроса снижается теми же темпами, что и растет цена; выручка и прибыль не изменяется.
Неэластичный спрос $0 < E < 1$	объем спроса увеличивается в меньшей степени, чем уменьшается цена; выручка и прибыль предприятия падает.	объем спроса падает в меньшей степени, чем увеличивается цена; выручка и прибыль предприятия растет.

Для выполнения сравнительного анализа нами предложены следующие показатели оценки эффективности изменения цен.

1. Коэффициент оценки эффективности изменения цен по выручке $К_в$, показывающий, во сколько раз увеличится выручка от реализации продукции при изменении цены с учетом полного удовлетворения спроса на товар:

$$K_в = \frac{P_2 Q_2}{P_1 Q_1} \qquad (2)$$

Очевидно, что при значениях коэффициента $К_в > 1$ выручка будет расти, при $К_в < 1$ – снижаться, при $К_в = 1$ выручка не изменится.

2. Коэффициент оценки эффективности изменения цен по прибыли $К_п$, показывающий, во сколько раз увеличится прибыль при изменении цены с учетом полного удовлетворения спроса на товар:

$$K_п = \frac{P_2 Q_2 - З_2}{P_1 Q_1 - З_1}, \qquad (3)$$

где $З_1$ и $З_2$ – затраты на приобретение (изготовление) и реализацию всего подлежащего продаже объема продукции с учетом спроса соответственно до и после изменения цены.

В этом случае при значениях коэффициента $К_п > 1$ прибыль будет расти, при $К_п < 1$ – снижаться, при $К_п = 1$ прибыль не изменится.

3. Коэффициент оценки эффективности изменения цен по рентабельности реализованной продукции $К_р$, показывающий, во сколько раз увеличится рентабельность при изменении цены с учетом полного удовлетворения спроса на товар:

$$K_р = \frac{P_2 Q_2 - З_2}{P_1 Q_1 - З_1} \times \frac{З_1}{З_2} \qquad (4)$$

При значениях коэффициента $К_р > 1$ рентабельность будет расти, при $К_р < 1$ – снижаться, при $К_р = 1$ рентабельность не изменится. В таблице 2 приведены исходные для анализа данные по цене, среднесменной величине спроса и затратам на приобретение и реализацию продукции магазина ОАО «Белхудожкерамика».

Таблица 2

Исходные данные для анализа эффективности скидок в магазине ОАО «Белхудожкерамика»

№ п/п	Наименование товара	Цена, руб.		Спрос, шт.		Затраты, руб	
		P_1	P_2	Q_1	Q_2	$З_1$	$З_2$
1	Горшок для тушения 3678	48355	39969	2	11	63454	348997
2	Горшок для тушения 5811/16	40350	33359	1	2	26267	52534
3	Горшок для тушения 5317	35045	26284	7	39	159698	889746
4	Горшок для тушения 3549	37557	31044	3	5	73347	122245

По результатам анализа рассчитаны соответствующие показатели эластичности и коэффициенты эффективности снижения цен, представленные в таблице 3.

Таблица 3

Результаты анализа эффективности снижения цен в магазине ОАО «Белхудожкерамика»

№п/п	Наименование товара	Эластичность, E	Коэффициенты эффективности изменения цен		
			по выручке, $K_в$	по прибыли, $K_п$	по рентабельности, $K_р$
1	Горшок для тушения 3678	6,73	4,55	2,73	0,50
2	Горшок для тушения 5811/16	2,60	1,65	1,01	0,50
3	Горшок для тушения 5317	4,30	4,18	1,58	0,28
4	Горшок для тушения 3549	1,67	1,38	0,84	0,50

Результаты, приведенные в таблице 3, наглядно показывают, что высокой эластичности спроса не всегда соответствуют высокие темпы роста выручки, причем прибыль и рентабельность реализованной продукции могут даже снижаться. Так, для товара № 2 при показателе высокой эластичности спроса E=2,60 прибыль практически не меняется, а рентабельность реализованной продукции снижается в 2 раза. Для товара № 4 при высокой эластичности E=1,67 прибыль снижается на 16 %, а рентабельность также падает практически в 2 раза. Поскольку ключевым показателем эффективности является прибыль, проведение акции по снижению цен для товаров № 2 и № 4 нецелесообразно.

Таким образом, при разработке решений по управлению ценами наряду с показателями эластичности спроса в обязательном порядке следует использовать предложенные в работе модели (2), (3) и (4) для расчета коэффициентов эффективности изменения цен.

Список использованных источников

1. Полещук И.И., Терешина В.В. Ценообразование - Минск: БГЭУ, 2011.- 303 с.

2. Саймон Г. Долан. Р. Эффективное ценообразование - М.: Экзамен, 2005.- 416 с.

Корнейчик Марина
студентка
Петровец Анна
студентка
Германович Наталья
ассистент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ИНТЕГРАЦИОННЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ АГРАРИЕВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

К настоящему времени в преобладающем большинстве сельскохозяйственных организаций сложилась крайне неблагополучная финансовая ситуация. Уже не один год их суммарные долговые обязательства оказываются больше годовой денежной выручки, полученной от реализации товарной продукции растениеводства и животноводства, работ и услуг, а годовую сумму их прибыли, являющуюся, по сути, единственным собственным источником средств для погашения внешних заимствований, превышают многократно. Это говорит о том, что многие сельскохозяйственные организации Беларуси сегодня не располагают реальными возможностями для того, чтобы рассчитаться по своим долгам. А это неизбежно ведет к подрыву платежной дисциплины во всей сфере АПК и к снижению устойчивости работы не только банков, выступивших в качестве кредиторов сельхозпроизводителей, но и всей финансовой системы страны [1, с. 11].

Одним из приоритетных направлений реформирования экономики является формирование и развитие интегрированных производственных структур, объединяющих технологически связанные предприятия. Сегодня в республике четко прослеживается тенденция к укрупнению сельскохозяйственных предприятий. Во-первых, не нужно вкладывать государственные средства в убыточные хозяйства, достаточно лишь объединить их с более успешными, которые «поделятся» своими средства и прибылью. Во-вторых, улучшается статистика: в районе происходит снижение числа убыточных хозяйств [2, с. 9].

В настоящее время финансовое состояние сельскохозяйственных организаций, находящихся в системе управления МСПХ, вызывает озабоченность органов госуправления и необходимость поиска организационно-экономических моделей их реформирования. На 1 января 2015 г. более 40% (457 объектов) субъектов крупнотоварного сельхозпроизводства системы управления МСХП были неплатежеспособными. Убытки от реализации продукции достигли 612 млрд руб., рентабельность продаж – минус 3,2%. Финансовые обязательства равны почти 40 трлн руб., в т.ч. просроченные – 6,9 трлн руб. [4 с.16].

В Беларуси негосударственные предпринимательские аграрные структуры работают в менее благоприятных экономических условиях хозяйствования. Однако все чаще они демонстрируют превосходство над сельхозорганизациями государственной формы собственности как по рентабельности продукции, так и по

устойчивости финансового положения. Например, в неблагоприятные по погодным и экономическим условиям 2009-2010 гг. все сельхоз организации МСХП оказались убыточными. В то же время К(Ф)Х показали рентабельность реализованной продукции, работ, услуг, в среднем около 30%, рентабельность продаж – на уровне 20%. В 2011 – 2012 гг. К(Ф)Х снова превзошли государственные: по рентабельности реализованной продукции, работ, услуг – на 20,6% и 14,0% и по рентабельности продаж – на 12,7% и 8,1% соответственно. Что касается чистой прибыли, то она у К(Ф)Х тоже оказывалась выше (на 100 га сельхозугодий в 2009-2010 гг.фермеры превзошли государственных коллег в 2,6 и 4,0 раза, а в 2011 – 2012 гг. – в 2,3 и 1,5 раза). При этом сельзохорганизации гораздо больше пользовались государственной поддержкой. Многие фермеры ее не получали вовсе [4, с.14].

Речь не идет о необходимости ликвидации всех убыточных государственных организаций, обремененных неподъемными долгами для широкого развития агробизнеса. Одним из способов решения проблемы таких предприятий является их присоединение к более-менее благополучному предприятию.

Одним из таких преобразованных предприятий стал колхоз «17 Сентября Агро» Столинского района Брестской области, реорганизованный в форме присоединения к ОАО «Столинрайагросервис» и создании филиала «17 Сентября Агро», на основании решения общего собрания членов кооператива. Создано новое сельскохозяйственное унитарное предприятие «Пригорынский – 2012», которое является правоприемником по всем правам и обязательствам частного производственного унитарного предприятия «17 Сентября Агро» в отношении всех кредиторов и дебиторов, включая обязательства оспариваемые сторонами.

Основные показатели производственно-финансовой деятельности КСУП «Пригорынский» за 2011-2012 г. до присоединения с КСУП «Хоромский» и ЧУП «17 Сентября Агро» ОАО «Столинрайагросервис» приведены в таблице 1.

Таблица 1

Основные показатели производственно-финансовой деятельности КСУП «Пригорынский» за 2011-2012 г.

	ф.2011	ф.2012	ф.2012г/ф2011, +,	ф.2012/к 2011ф
Стоимость валовой продукции в соп. ц., млн. руб.	16249,5	16802,7	553	103
Выручка от реализации работ и услуг, млн. руб.	12666	24046	11380	190
Прибыль всего, млн. руб.	2680	2121	-559	79
в т.ч. от реализации, млн. руб.	2238	2475	237	111
Рентабельность всего, %	29,4	11,1	-18	38
в т.ч от реализации,%	24,5	13,0	-12	53
Рентабельность продаж, %	17,7	10,3	-7	58
Фонд заработанной платы, млн. руб.	3164	7581	4417	240
Среднемесячная численность работников, человек	268	273	5	102
Среднемесячная заработанная плата, руб.	1 407 000	1 990 263	583 263	141

Источник: собственная разработка на основании бухгалтерской отчетности предприятия

Рассматривая итоги работы хозяйства за 2012 год, необходимо отметить следующее: стоимость валовой продукции в сопоставимых ценах составила 16802, 7 млн. руб., что составляет 3% к уровню прошлого года, или 553 млн. руб.(2011г – 16249,5). Выручка от реализации работ, услуг составила 24046, что больше по сравнению с 2011 годом на 90%, или на 11380 млн. руб. Убыток в 2012 году составил 559 млн. руб. (в 2011 году прибыль – 2680 млн. руб.), а прибыль от реализации равнялась 2475 млн. руб., что на 11% больше, чем в предыдущем году (2238млн. руб.). Рентабельность в целом по предприятию уменьшилась на 18% и составила в отчетном периоде 11,1%, а по отношению к базисному периоду 38%. Рентабельность продаж также уменьшилась и составила 10,3% в 2012 году, что меньше на 7% , чем в 2011 году (или уменьшилась по отношению к 2011 году на 42%).

В 2012 году по сравнению с 2011 годом увеличилась среднемесячная численность работников на 5 человек, или 2%, и составила 273 человека. Также произошло увеличение

среднемесячной заработанной платы на 583 263 рубля, или на 41%, и по состоянию на 2012 год она составила 1 990 263 рубля. С увеличением среднемесячной заработанной платы увеличился и фонд заработанной платы на 4417 млн. руб., или на 140%, в 2012 году и стал равным 7581 млн. руб.

Далее рассмотрим основные показатели производственно-финансовой деятельности КСУП «Пригорынский» за 2012-2013 г. (таблица 2).

Таблица 2

Основные показатели производственно-финансовой деятельности КСУП «Пригорынский» за 2012-2013 г. после присоединения

	план 2013	ф.2013	ф.2012	ф.2013г/пл2013, %	ф.2013/кф2012,%
Стоимость валовой продукции в соп. ц., млн. руб.	29 845	23 471	29 308	79	80
Выручка от реализации работ и услуг, млн. руб.	30 086	23 785	24 236	79	98
Прибыль всего, млн. руб.	5 040	1 447	4646	29	31
в т.ч. от реализации, млн. руб.	2500	-24	4559	-1	-1
Рентабельность всего, %	19,0	7,0	27,3	37	26
в т.ч от реализации,%	8,4	-0,1	26,8	-1	0
Рентабельность продаж, %	8,3	-0,10	18,8	-1	-1
Фонд заработанной платы, млн. руб.	9 000	8 063	7 581	90	106
Среднемесячная численность работников, человек	250	269	273	108	99
Среднемесячная заработанная плата, руб.	3 000 000	2 333 060	1 990 263	78	117

Источник: собственная разработка на основании бухгалтерской отчетности предприятия

Анализируя данные таблицы 3, необходимо отметить следующее: стоимость валовой прибыли в сопоставимых ценах составила 23 471 млн. руб., лишь в 80% к уровню прошлого года при задании 107%. Выручка от реализации

продукции, работ, услуг составила 23 785 млн. руб. (98% к уровню прошлого года, 79% плана). Убыток от реализации – 24 млн. руб. (в 2012 году – 4 559 млн.руб. прибыли), балансовая прибыль – 1 447млн. руб. (в 2012 году – 4 646 млн. руб.), рентабельность производства 7% (в 2012 – 27%), от реализации минус 0,1%, в 2012 – 26, 8%. Рентабельность продаж – минус 0,1%, в 2012 – 18, 9%.

Фонд оплаты труда за 2013 год составил 8 063 млн. руб., что составляет 34% от выручки. Среднемесячная заработанная плата составила – 2 333 000 руб. Списочная численность работников по состоянию на 01.01.2014 года – 242 человека. Фонд заработанной платы увеличился по сравнению с 2012 годом на 7%, среднемесячная заработанная плата увеличилась на 14%.

Финансовые результаты, которые являются ключевыми показателями эффективности производства, свидетельствуют о том, что в течение 2013 года предприятие стало терять финансовую независимость. Из-за отсутствия собственных денежных средств на выдачу заработанной платы предприятие вынуждено брать деньги в долг у ОАО «Савушкин продукт». На данном этапе предприятие предпринимает такие меры, которые смогли бы нарастить производство при сдерживании затрат (особенно роста заработанной платы).

Необходимость применения технологий интеграции в современных условиях развития аграрного сектора на самом деле выражается в придании возможности мелким формам хозяйствования использовать преимущество крупномасштабного производства на основе совместной работы и слияния усилий и ресурсов всех её участников. Вместе с экономическими эффектами – максимальное использование собственных ресурсов, получение дополнительного дохода от объединения, увеличение рынков сбыта – стоит помнить и про социальную ориентацию, которая направлена на создание условий для привлечения местного населения для работ, которое будет сопровождаться уменьшением численности безработных и обеспечит работающим соответственный доход, а так же развитие сельских территорий. Решив при помощи интеграции проблему хронически убыточных сельхозорганизаций, государство существенно облегчит вопрос финансового оздоровления аграрной экономики в целом.

Список литературных источников

1. Финансовому оздоровлению сельзозорганизаций – дифференцированный подход / Г. М. Лыч, Н. В. Артюшевский // Наше сельское хозяйство. – 2015. - № 6. – С.11-15.

2. Фермерство в Беларуси: без купюр / О. Еременко // Наше сельское хозяйство. – 2015. - № 9. – С.10-16.

3. Сельское хозяйство Республики Беларусь. Статистический сборник / Национальный статистический комитет Республики Беларусь, - Минск, 2014. – 370 с.

4. Топ - 10 убыточных организаций, успешно работавших в новых условиях / Н. А. Бычков // Наше сельское хозяйство. – 2015. - № 8. – С.16-20.

Кривенко Надія
к.е.н., с.н.с.
ННЦ «Інститут аграрної економіки»
м. Київ
Україна

МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ: СУБРЕГІОНАЛЬНІ УГРУПУВАННЯ

Розвиток інтеграційних процесів зумовлює вільний рух товарів, капіталів, робочої сили, узгодження спільної економічної політики, створення єдиної валютної системи тощо, залежно від рівня інтеграції. Отримання переваг, а також ефект «доміно» сприяли збільшенню кількості та розширенню торговельно-економічних об'єднань, які створено практично між країнами різних континентів та - рівнів розвитку.

Проте, не зважаючи на велику кількість інтеграційних угрупувань, за виключенням ЄС, НАФТА, МЕРКОСУР, інтеграція в більшості з них не досягла високого рівня. Крім того, для деяких, навпаки, є характерною дизінтеграція, реінтеграція. Також спостерігається створення субрегіональних угрупувань.

Дійсно, як зазначає С.В.Мариніна «Посилення економічної взаємозалежності національних економік на двосторонньому, субрегіональному, регіональному та міжрегіональному рівнях стало вимогою сучасних міжнародних економічних відносин … економіка однієї країни не може замикатися в національних рамках, а повинна брати участь у міжнародному поділі праці, спираючись на порівняльні переваги « [1, с.3]. Розглядаючи інтеграцію в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні, вона стверджує, що найбільш характерним для нього є субрегіональний процес інтеграції [1, с.3]. Так, до АТЕС входять субрегіональні угрупування, члени АТЕС є членами від одного до трьох інших торговельно-економічних об'єднань [1, с.5]. Крім того, автор вважає «Специфіка азійсько-тихоокеанської інтеграції пов'язана із пріоритетом субрегіональної інтеграції над регіональною – на субрегіональному рівні менш значними є і вплив фактору дезінтеграції, і відмінність у рівнях економічного розвитку» [1, с.6].

Щодо країн Європи, то Буторіна О.В. зазначає, що європейську практику інтеграції суттєво збагачують субрегіональні угрупування. Причому особлива роль належить країнам Північної Європи. Їх досвід порівняно з практикою ЄС має як спільні, так і відмінні риси. Щодо останніх, то вони проявляється у черговості інтеграційних етапів, засобах стимулювання розвитку інтеграції, побудові інститутів тощо. Наприклад, північноєвропейські держави є членами Ради держав Балтійського моря та ін. Окремі країни є учасниками інтеграційних процесів як в ЄС, так і ЄАВТ , зокрема Швеція [2]. Приклади можна продовжувати, використовуючи і інші розвинуті європейські країни.

Також створено чимало субрегіональних угрупувань країнами-членами СНД, деякі з них згодом трансформувались у інші. Зокрема, двостороння співдружність

Росії та Білорусі, Митний Союз, ЄврАзЕс, яке у 2014 р. припинило своє існування через створення Євразійського економічного Союзу (Вірменія, Білорусь, Казахстан, Киргизія, Росія) [3], ОЧЕС (Азербайджан, Албанія, Болгарія, Вірменія, Греція, Грузія, Молдова, Росія, Румунія, Сербія, Туреччина та Україна), ГУАМ (Азербайджан, Грузія, Молдова, Україна) [4], Ценрально-Азіатська економічний союз (Казахстан, Киргизія, Таджикістан, Узбекістан) та ін. Вчені вважають, що створення в СНД субрегіональних угрупувань не суперечить в принципі різношвидкісному та багаторівневому форматам інтеграційного розвитку в межах Співдружності [5, с.387]. Варто зазначити, що трансформація відбувалась не лише окремих угрупувань, але і складу деяких з них.

Н.Н. Ливенцев та В.Н. Харламова вважають, що ідея «різношвидкісної» та «багаторівневої» інтеграції країн СНД виникла внаслідок складності рішень проблемних питань торговельно-економічних відносин між усіма членами СНД, що показав досвід двосторонніх угод. В свою чергу, це було підтверджено на практиці, коли країни більш готові до інтеграції створили субрегіональні організації різних типів [6, с. 359].

Отже, країни беруть участь у кількох інтеграційних угрупуваннях, не нехтуючи жодними можливостями отримати економічну вигоду. І це характерно не лише для країн, які мають складнощі у торговельно-економічних об’єднаннях, учасниками яких вони стали раніше, зокрема, що характерно для СНД, але й ряду інших країн та різних регіонів. Тому, враховуючи розвиток регіональних та субрегіональних угрупувань, розширення та об’єднання найбільших з них необхідно сприяти розвитку та поглибленню інтеграційних процесів, з метою економічного розвитку.

Список використаних джерел

1. Мариніна С.В. Особливості розвитку інтеграційних угрупувань в Азійсько-Тихоокеанському регіоні / С.В. Мариніна // Економічний часопис - XXI. - 2013- 1-2(2). – С.3-6.

2. Буторина О.В. Европейская интеграция / О.В. Буторина. - 2011. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://freebooks.site/uchebnik-geopolitika/integratsionnyie-protsessyi-severe-22864.html

3. Евразийский экономический союз. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.eaeunion.org/#about

4. GUAM. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://guam-organization.org/node/423

5. Рыбалкин В.Е. Международные экономические отношения / В.Е.Рыбалкин, Ю.А.Щербанин, Л.В.Балдин и др.; под ред. В.Е. Рыбалкина. – 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 605 с.

6. Международная экономическая интеграция: учеб. пособие / под ред. Н.Н. Ливеннцева. – М: Экономистъ, 2006. – 430 с.

Кривецкая Анастасия
аспирант
УО «Полесский государственный университет»
г. Пинск
Республика Беларусь

РАЦИОНАЛЬНОЕ ВЕДЕНИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА – ПРИОРИТЕТНАЯ ЗАДАЧА ЭКОНОМИКИ

Устойчивое развитие человеческого общества можно охарактеризовать как сбалансированное развитие. В этом контексте оно означает стремление человечества к выживанию, сохранению его как вида, преодоление социально-экологического кризиса и осознание человеком своего истинного места в биосфере.

Однако, устойчивое развитие не означает, что нынешние поколения должны обеспечить благосостояние будущих поколений. Каждое поколение должно заботиться о собственном благополучии.

Устойчивое развитие невозможно представить без учета взаимодействия экономических и экологических целей. Методы устойчивого сельскохозяйственного производства, использование энергии, управление природными ресурсами и промышленное производство заключают в себе большой потенциал, но они должны использоваться более широко [1].

Экономика вносит значительный вклад в понимание и решение экологических проблем, с которыми сталкивается современное общество. Люди уделяют больше внимания экономической ценности окружающей среды, и ставят на второстепенный план воздействия хозяйственной деятельности на окружающую среду.

В достижении устойчивого развития мирового сообщества сельскому хозяйству отводилось и отводится особое место. Оно должно совместно с расширяющимся сервисным сектором компенсировать господство индустрии и обеспечить социальное и экономическое развитие, а также охрану окружающей среды [2]. Особая роль сельского хозяйства объясняется тем, что сельское хозяйство по сравнению с другими сферами человеческой деятельности ближе всего к природе, в нем непосредственно используются природные ресурсы, прежде всего органический слой земельной поверхности, на образование которого ушли тысячелетия. Тем самым сельское хозяйство оказывает большое воздействие на окружающую среду, в том числе на сельскую местность. И это воздействие на протяжении всей истории человечества было исключительно негативным, что связано, прежде всего, с интенсификацией сельскохозяйственного производства, в желании полного удовлетворения человеческих потребностей в пище и стремлении постоянного улучшения качества питания – его состава и структуры. Такое ведение сельского хозяйства привело к эрозии почв и отложению осадков размытого плодородного слоя на дне рек и озер, засолению и заболачиванию земель, отравлению природной среды остатками минеральных удобрений и пестицидов, к нарушению естественных механизмов биологического равновесия и т.д.

Тем самым оказалась разрушенной складывавшаяся веками способность экосистем к самовосстановлению [3]. Таким образом, современное сельскохозяйственное производство стало представлять, наряду с другими сферами человеческой деятельности, серьезнейшую угрозу достижению целей устойчивого развития стран и общества, в целом.

Сельское хозяйство производит продукты питания, хотя, конечно, перед тем как попасть на наш стол в виде еды, продукция сельского хозяйства проходит множество разных стадий обработки. Кроме того, что производство пищи способствует эвтрофикации, оно также приводит к тому, что выделяющиеся газы и токсины влияют на климат [4].

Однако, эти неблагоприятные процессы можно предотвратить, предоставляя необходимую информацию фермерам и потребителям. В итоге - фермеры начнут больше задумываться о взаимодействии сельского хозяйства и состоянии окружающей природной среды.

Как известно, Европа – это рынок для высококачественных сельскохозяйственных продуктов. Фермерские угодья эксплуатируются зачастую сверх меры, и земли быстро истощаются. Поэтому такие области нуждаются в интенсивном удобрении, чтобы поддерживать их продуктивность. Однако существует риск, что удобрения перестанут быть ресурсом, а вместо этого станут источником экологических, а вместе с тем, и экономических, проблем. Производство и потребление пищевых продуктов способствует эвтрофикации водоемов. Вспашка и другие способы обработки почвы, неправильное использование удобрений приводят к недостатку питательных веществ. Снег и дождь уносят питательные вещества в водные потоки. Эти процессы усиливаются, когда сельскохозяйственные угодья не используются, на распаханных землях не высаживаются растения, которые могли бы аккумулировать внесенные удобрения.

Все, что появляется на нашей тарелке способствует эвтрофикации. В среднем за год житель Европы съедает 80 кг мяса. Это вдвое больше, чем необходимо человеческому организму [4].

Всемирная Организация Здравоохранения (ВОЗ) рекомендует употреблять не более 34 кг мяса на 1 человека в год [5]. Около 90% корма сельскохозяйственных животных уходит на то, чтобы поддерживать в нормальном состоянии метаболизм скота, и только 10% превращается в мясо. Снижение потребления мяса не только предотвращает загрязнение окружающей среды, но и снижает выработку газов, способствующих климатическим изменениям.

Мировая практика экономически развитых стран подтверждает, что эффективное функционирование агропромышленного комплекса и развитие аграрного бизнеса в большей степени зависят от использования природных, производственных ресурсов и других факторов производства, действенной поддержки государства, создания необходимой рыночной инфраструктуры. Рост производства сельскохозяйственной продукции необходим для решения продовольственной проблемы [6].

Важно отметить, что на устойчивое развитие сельскохозяйственного производства оказывают влияние не только экономические факторы (проблемы интенсивного развития, т.е. внедрение прогрессивных технологий), но и социальные и экологические. Эти факторы обеспечивают активизацию трудовых ресурсов, способных производить больше продукции в расчете на единицу времени и на одного работника, при снижении ее природоемкости. И это существенно повышает уровень жизни населения.

От уровня и качества обеспечения населения продовольствием во многом зависит национальная безопасность государства. Поэтому стабильное и динамичное развитие аграрного комплекса является приоритетной задачей.

Список использованных источников

1. Klavins, Maris. Environment and Sustainable Development/ Maris Klavins, Walter Leal Filho and Janis Zaloksnis. - Riga: Academic Press of University of Latvia, 2010.
2. Нечаев, В. Концепция долговременного устойчивого развития / В. Нечаев, Н. Васильева, С. Фетисов // Экономика сельского хозяйства России, 2010. – № 2. – С. 37-38.
3. Колинько, О. Устойчивое сельское хозяйство – от теории к практике / О. Колинько // Международный с.-х. журнал, 1999. – № 3. – С. 8.
4. Бергстрём, Гуннель. Остановим фосфор. Образование для устойчивого развития – про прачечные, туалеты и водные экосистемы/ Гуннель Бергстрём, Гитте Ютвик, Кржуштоф Кочан// Руководство для учителе й. – Калининсград: Центр экологического образования и туризма, 2007. – 42 с.
5. Здоровое питание// Всемирная организация здравоохранения. – Режим доступа: http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs394/ru/ - Дата доступа: 06.03.2016.
6. Жангирова, Р.Н. Проблемы устойчивого развития аграрной сферы экономики / Р.Н. Жангирова // Экономика: Вестник КазНПУ, 2012. – Алматы. – Режим доступа: http://articlekz.com/article/10741 - Дата доступа: 05.03.2016.

Крикунова Вікторія
к.е.н., доцент
Галат Лариса
к.е.н., доцент
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»
м. Херсон
Україна

ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Якісні зміни умов середовища функціонування підприємств, пов’язані із скороченням життєвого циклу товарів і технологій, посиленням зовнішньої конкуренції і руйнацією традиційних вхідних бар’єрів, зростанням значення інтелектуальних ресурсів, а головне – підвищенням невизначеності і мінливості

зовнішніх чинників, унеможливлюють екстраполяцію минулого досвіду управління. Фахівці навіть зазначають, що нижчою адаптивністю до нових умов характеризуються підприємства, які довгий період часу удосконалювали організацію і структуру управління, що сприяло впорядкуванню управлінських процесів, але водночас знизило гнучкість щодо управління змінами [1]. Зазначене стосується, зокрема, діяльності на зовнішніх для фірм ринках.

Процеси інтернаціоналізації на мікрорівні відображають різні теорії. В контексті обраної теми дослідження найбільшу увагу привертають стадійні (або еволюційні, динамічні) теорії, які описують процес інтернаціоналізації у вигляді проходження певних фаз. Перша фаза передбачає розвиток в національному масштабі, коли внутрішній ринок є достатнім для отримання вигід. На другій стадії розпочинається експортна діяльність, спрямована на подолання проблем реалізації продукції всередині країни. За третьої фази виробництво перенесено за кордон, де утворено філії підприємства з метою зниження витрат на транспорт, робочу силу, сировину, дозволи і ліцензії тощо. Четверту фазу характеризують як інтернаціоналізацію підприємства, що означає вихід на ринки декількох країн і консолідацію міжнародних операцій, обмін продуктами між філіями і головним підприємством. П’ята фаза пов’язана з глобалізацією всіх операцій, координацією на центральному рівні виробництва і розподілу продукції з метою зниження постійних витрат.

Щодо особливостей управління, то на другій-третій стадіях основну увагу приділяють виявленню загроз і можливостей, забезпеченню адаптивності, орієнтації виробництва на високотехнологічну продукцію, впровадженню інновацій, розвитку логістичних систем. Успішність останніх двох етапів залежить від вирішення комплексних питань, пов’язаних із глобальним технологічним суперництвом, розвитком інтегрованих бізнес-структур, налагодженням відносин з локальними суб’єктами влади і бізнесу.

На практиці підприємства, функціонуванню яких властиві процеси другої-п’ятої стадій, характеризують як інтернаціоналізовані. За такими критеріями, близько 70% малих і середніх підприємств у розвинутих країнах є інтернаціоналізованими. У США майже 97% експортерів є малим або середнім бізнесом.

На початковому етапі в якості основних передумов участі у міжнародному бізнесі експерти називають наявність фінансових ресурсів, експертні знання та наміри персоналу, здатність до виробництва товару, експортні цілі компанії. При цьому варто додатково оцінити конкурентоспроможність товару, потенціал його модифікації, відповідність ліцензійним вимогам, можливості післяпродажного обслуговування [3]. Наступним етапом є складання експортного плану і комплексне дослідження цільового ринку стосовно попиту на продукцію/послуги, що плануються до експорту, що сприятиме розумінню цінової стратегії. Вважають, що якщо компанія є новачком в експорті, то зусилля мають бути спрямовані менше, ніж на 10 ринків. Експорт в одну або дві країни дозволяє зосередити ресурси без ризику для внутрішніх продажів.

Важливим є вибір підходу до експорту, що визначає різний рівень

залучення: пасивний прийом замовлень від внутрішніх покупців, які потім експортують товар; пошук внутрішніх покупців, що представляють закордонних кінцевих споживачів (іноземні торгові компанії, іноземні урядові агенції, іноземні дистриб'ютори, роздрібні торгівці тощо); непрямий експорт через посередників; прямий експорт. Головним фактором у прийнятті рішення про обрання підходу до продажів є обсяг ресурсів, які фірма готова виділити на зусилля з міжнародного маркетингу. Малі і середні підприємства можуть розширити свою маркетингову присутність через ведення електронного бізнесу.

Для успішного подолання внутрішніх та зовнішніх бар'єрів для експорту підприємства можуть використати один із таких способів: об'єднання зусиль з іншими фірмами в одному секторі в рамках торгових асоціацій або менш формальних коаліцій; співпраця з великими компаніями, брокерами або агентами, які надають такі послуги, як фінансування та логістика; використання програм урядової підтримки.

Список використаних джерел

1. Валлис А. Методология и методы управления предприятием в условиях интеграции экономики: На примере современной Польши / А. Валлис. Автореферат диссертации на соискание научной степени кандидата наук. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.dissercat.com/content/metodologiya-i-metody-upravleniya-predpriyatiem-v-usloviyakh-integratsii-ekonomiki-na-primer#ixzz442MhbYNF

2. Кондратьев Н. И. Глобализация как новая форма интернационализации корпоративного бизнеса / Н. И. Кондратьев // Вестник Челябинского государственного университета. Экономика. – 2010. – №5 (186). – С. 125-129. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.lib.csu.ru/vch/186/020.pdf

3. Мирошніченко О. Базовий посібник з інтернаціоналізації бізнесу та виходу на ринки Європейського союзу / О. Мирошніченко. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kyiv-obl.gov.ua/.../Bazoviy_posibnik_z_internatsionalizatsii_biznesu

Криницька Оксана
к.е.н, ст. викладач
Одеський державний аграрний університет
м. Одеса
Україна

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

Аналіз світового економічного розвитку вимагає нагального переведення України на інноваційні рейки, що, у свою чергу, потребує підвищення якості людського та земельного капіталів, збільшення питомої ваги самозабезпечення

продовольством. Тому логічно, що в центрі світової політики й економіки знаходиться саме земельний чинник.

При цьому сучасне землекористування, на думку компетентних фахівців як системне явище, [3, 5] має бути спрямоване на гарантування вимог національної безпеки й задоволення економічних, соціальних, територіальних і інших суспільних потреб, на підтримку балансу інтересів індивідуумів, колективів, держави та суспільства в цілому.

Враховуючи, що для України ще до недавнього часу була властива модель жорсткого адміністративного регулювання у сфері землекористування, сучасна стратегія земельної політики в Україні повинна бути терміново кардинально переглянута. Таким чином, цілком правомірно, що з часом вона під впливом фінансових інтересів, пов'язаних з перетворенням землі на реальний капітал, почала зазнавати серйозних змін. За оцінками фахівців, в умовах курсу на раціональне ресурсозберігаюче землекористування, необхідна зміна суспільних пріоритетів щодо усвідомлення найважливіших законів взаємодії природи й суспільства та прийняття нової концепції економічного зростання за умови мінімальних або нульових екологічних збитків.

Тому можна декларувати, що Концепція розвитку земельних відносин за узагальненими оцінками фахівців повинна базуватися на принципах:

- комплексності, що на думку фахівців передбачає поєднання природних, економічних, соціальних та інших факторів за умови інтегрованого збалансованого поєднання державних та демократичних інститутів;
- системності як основи розкриття взаємозв’язків і взаємозалежностей між усіма прийнятими для аналізу провідними структурними факторами керованої системи «людина – земельні ресурси – виробництво»;
- функціональності як фактору, що забезпечує взаємопов’язаність управлінських заходів у системі розвитку земельних відносин ;
- керованості, визначальною умовою якої є цілеспрямоване регулювання процесами землеволодіння та землекористування [5];
- реальності, на підставі якої враховується реальний стан керованої системи «людина – земельні ресурси – виробництво – людина;
- етапності, що забезпечує реалізацію програмних засад сталого розвитку земельних відносин [1].
- екологізації як процесу поступового і неухильного впровадження системи землевпорядних, регуляторно-правових, організаційно-економічних, технологічних і управлінських рішень, що дають змогу підвищити ефективність використання земельних ресурсів з одночасним поліпшенням і збереженням їх якості [2] та довкілля на локальному, регіональному та національному рівнях.

Сучасна Концепція розвитку земельних відносин, на думку автора, повинна крім цих принципів враховувати й наступні:

– синтезу адміністративного та ринкового підходу при формуванні сучасної земельної політики;

– пріоритетності загальнодержавних інтересів в процесах формування ринку землі;

– адаптованості до кращого європейського досвіду у сфері земельно-ринкових відносин;

– спадкоємності попереднього законодавчо-нормативного базису до сучасних реалій;

– пріоритетності державної власності на землю сільгосппризначення перед іншими формами власності.

В умовах нових земельних відносин можна констатувати, що на жаль, земля як чинник економічного зростання і як природний ресурс досі лишається недооціненою. Хоча слід констатувати, що розвиток суспільства в усі часи був нерозривно пов'язаний із землею, яка і на сьогодні залишається основою забезпечення населення планети харчовими продуктами і джерелом суспільного багатства. З часу виникнення приватної власності на землю земля стала товаром, що зумовило розвиток відповідного ринку земель.

Як вказують попередні дослідження, економічні механізми регулювання землекористування, за оцінками фахівців повинні бути засновані на об'єктивній цінності землі та спрямовані на підвищення ефективності використання земельних ресурсів [2, 5].

Однак, на сучасному етапі земельної реформи відбувається безконтрольний розвиток ринкових відносин у земельній сфері внаслідок суперечливості земельного законодавства [5]. Це призводить до того, що ці питання залишаються за полем зору та навіть стають другорядними. Виникає реальна загроза втрати цінних земельних ресурсів, які є фундаментом для забезпечення економічного потенціалу держави.

Це визначає доцільність забезпечення ефективного управління землекористуванням, яке розуміється як вплив на процес, форми та методи організації використання земельних ресурсів з максимальним ефектом.

Управління землекористуванням передбачає формування та гарантування сталого землекористування через земельну політику, інфраструктуру, інформаційне забезпечення та механізм земельного адміністрування (регулювання) у просторовому контексті. Слід зазначити, Міністерством юстиції України та Державним агентством України із земельних ресурсів, як органом відповідальним за здійснення управління земельними ресурсами, останнім часом висувається концепція, згідно з якою земля має розглядатися виключно як об'єкт нерухомості, призначений для одержання комерційної вигоди без урахування її екологічного потенціалу. Таким чином, регламентується, що головним критерієм ефективності є дохід від використання земель. Однак, ця концепція може дуже пагубно вплинути на соціальний розвиток, оскільки пріоритет лише економічних

результатів без врахування соціальних потреб призведе до негативних наслідків. Щоб нівелювати ці суперечності та посилити процес економічного зростання необхідно орієнтуватися на розвиток нових економічних і правових інститутів, що стимулюють екологобезпечне та ефективне землекористування.

Останнім часом у європейських країнах активізуються заходи, спрямовані на розвиток земельної власності методами ринкового характеру шляхом застосування різних економічних стимулів і санкцій. Між тим в Україні цей напрям поки що незадовільно розвивається, і, як наслідок, економічні методи, які дозволяють, зберігати екологічний потенціал території при використанні земель, не тільки не набули поширення, а й на думку фахівців гальмуються у зв'язку з тим, що відбувається останнім часом руйнування на державному рівні найважливіших економічних і суспільних інститутів охорони земель та навколишнього середовища [4].

Отже, зазначена проблема є надзвичайно важливою для України. При цьому чи не найголовнішим методологічним базисом є сприйняття «земельного капіталу» як повноправної економічної категорії.

Адже в контексті реформування економічної системи України, земля, як базис будь-якої кредитно-фінансової системи, була і залишається основним ресурсом та первинним фактором виробництва, фундаментом економіки України, оскільки забезпечує формування близько 95 % обсягу продовольчого фонду. Тому існування, соціальний добробут та здоров'я народу України нерозривно пов'язані з землею.

Список використаних джерел

1. Богач Л.Д. Розвиток орендних земельних відносин сільськогосподарських підприємств : дис. на здобуття наук. ступеня кан. екон. наук : 08.00.04 / Л.Д. Богач. – К., 2012. – 242 с.
2. Другак В.М. Економіка сільськогосподарського землекористування: теорія, методологія та практика : дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук : 08.00.06 / В.М. Другак. – К., 2010. – 461 с.
3. Калінеску Т.В. Оцінювання майна : навч. посіб. / Т.В. Калінеску, Ю.А. Романовська, О.Д. Кирилов. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 312 с.
4. Мареха І.С. Еколого-економічна оцінка якості інвестицій у сфері сільськогосподарського землекористування : дис. на здобуття наук. ступеня кан. екон. наук : 08.00.06 / І.С. Мареха. – С., 2013. – 243 с.
5. Третяк Н.А. Управління земельними ресурсами та землекористуванням як економічна функція права власності на землю: дис. на здобуття наук. ступеня доктора екон. наук : 08.00.06 / Н.А.Третяк. – К., 2013. – 210 с.

Куатова Дильмина
к.э.н., доцент
АО «Университет Нархоз»
г. Алматы
Республика Казахстан

5 КЛЮЧЕЙ К УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

Предприятие, являясь первичным звеном национальной экономики, которая функционирует в условиях нестабильности и неопределенности и носит цикличный характер развития, подвержено влиянию нынешнего общеэкономического кризиса.

В экономике, в которой присутствуют признаки кризиса, депрессии, даже крупные предприятия зачастую не могут позволить себе лишние траты. Что же говорить о малых предприятиях, которые не имеют возможностей для проведения, например, модернизации, внедрения новых технологий, разработки новых видов продукции? Но для того, чтобы достойно «пережить трудные времена», у предприятий, на мой взгляд, есть пять ключей, чтобы быстро отреагировать на текущую экономическую ситуацию.

Первый ключ – снижение затрат на производство и реализацию продукции, их четкая регламентация. При всей своей тривиальности этот путь позволяет предприятию выжить в период развития кризисных явлений. На помощь может прийти жесткое бюджетирование всех издержек и не менее жесткий контроль за исполнением бюджетов. Особенно это касается производственного бюджета, который включает бюджет производства; прямых материальных затрат; прямых затрат труда; накладных расходов. Кроме того, необходимо разработать бюджет управленческих расходов, которые занимают часто значительную часть издержек предприятия, и бюджет коммерческих расходов. Осуществление постоянного контроля за выполнением различных бюджетов позволяет отслеживать происходящие изменения в использовании ресурсов и вносить соответствующие коррективы.

Второй ключ тесно связан с предыдущим и это оптимизация запасов, рациональное управление ими. Не секрет, что на многих промышленных предприятиях запасы сырья, готовой продукции и незавершенного производства значительно превышают потребность в них и некоторые из них неликвидны. Поэтому любому предприятию требуется в этой ситуации:

– уменьшить запасы сырья и материалов, незавершенного производства, что позволит снизить затраты на их хранение и высвободить замороженные денежные средства;

– найти возможность реализации так называемых неликвидов, что будет способствовать уменьшению риска потерь от их порчи и мобилизовать внутренние ресурсы предприятия;

– определить потребность в оборотных средствах применительно к ситуации, используя различные современные методики, а не полагаться на опыт и интуицию сотрудников, как это часто происходит при осуществлении закупок;

– наладить систему мониторинга запасов и ответственности за этот участок работы персонала.

Третий ключ успешного выживания в кризисной среде – это проведение мероприятий, направленных на сокращение длительности производственного цикла, его оптимизацию. Известно, что длительность производственного цикла зависит от технического уровня производства и его организации. К основным направлениям сокращения длительности производственного цикла относятся, например, совершенствование технологии и применение более производительного оборудования; автоматизация производственных процессов; специализация и кооперирование производства и др. Однако, когда речь идет об оперативном реагировании на нестабильность внешней среды и кризисные явления в экономике, то более приемлемым вариантом является, вероятно, уменьшение рабочего периода цикла и ликвидация или сведение к минимуму различных перерывов путем улучшения организации труда и производства. В результате сократится оборачиваемость оборотных средств, возрастет фондоотдача, снизится себестоимость продукции за счет использования внутренних, зачастую скрытых резервов.

Говоря о сокращении длительности производственного цикла, следует понимать этот процесс более широко, а именно то, что «на общее время производства влияют все компоненты цикла – оформление заявки, планирование, закупка сырья, непосредственно производство, проверка качества, упаковка и доставка. Имеет значение не только время, требующееся для выполнения этих процессов, но и время, потраченное на санкционирование и запуск каждого из них» [1].

Четвертый ключ – это использование аутсорсинга. Аутсорсинг – современное направление в управлении предприятием, «представляющее собой элемент стратегии предприятия, при котором оно на длительный срок передает сторонней организации целиком функцию производства отдельных составляющих своей продукции или операции по обеспечению производства, т.е. отдельный бизнес-процесс» [2]. Многие авторы [3, 4] сходятся во мнении, что аутсорсинг является эффективной формой сотрудничества по причине того, что: а) сокращаются издержки предприятия; б) бизнес-процессы выполняются более качественно, профессионально организациями, специализирующимися на них; в) частично риск убытков принимает на себя сторонняя организация; г) происходит высвобождение ресурсов, и появляется возможность распределения их по другим, более актуальным для предприятия направлениям.

Как не парадоксально, но в условиях кризиса многие предприятия повышают цены на свою продукцию. Однако более действенной мерой можно

считать как раз не это, а стимулирование продаж. И это пятый ключ к возможности выжить в кризисной экономике. Существует множество методов стимулирования продаж, каждый из которых имеет свои преимущества и недостатки. Однако оптимальное сочетание различных методов может существенно увеличить объем сбыта продукции предприятия и тем самым привести к росту прибыли и эффективности.

Наиболее распространено стимулирование сбыта путем предоставления различных льгот и скидок для потребителей – мера, которая используется как в условиях расцвета экономики, так и во время кризиса. Тем не менее, в последнем случае ее применение может натыкаться на вполне понятные ограничения и тогда требуется подключение других мер стимулирования.

Следует, во-первых, углублять сотрудничество с уже существующими потребителями, и в первую очередь с дилерами и оптовыми покупателями, для чего наиболее подходящими являются предложение, например, бесплатных образцов новой продукции или сопровождение покупки небольшим подарком. Хотя эти меры связаны с несением предприятием некоторых расходов, тем не менее, они способствует росту продаж вследствие предоставления возможности более полной и быстрой оценки и восприятия продукции и получения покупателем большего, чем он ожидает.

Если говорить о льготах для этой категории покупателей, то их применение может сопровождаться некоторыми вариациями: проведение совместных рекламных акций путем финансирования предприятием-изготовителем некоторой доли расходов на нее, дополнительная уступка в цене при покупке крупной партии продукции.

Для привлечения новых клиентов можно воспользоваться предоставлением гарантии возврата денег в случае неудовлетворенности продукцией, а также прибегнуть к активному проведению демонстрации продукции в местах реализации продукции.

Таким образом, каждое из перечисленных направлений может стать ключом, который позволит предприятию не только противостоять кризису, но и добиться конкурентного преимущества на пути к успеху.

Список использованных источников

1. Копола А. Семь ключей к производству мирового уровня // Умное производство. – 2008. – Выпуск 3, февраль. – С. 93 – 95. – www.umpro.ru.

2. Козориз Т.С. Аутсорсинг: понятие, цели, практика использования в России // Производство, бизнес, кооперация. – 2007. – № 3. – С. 51-53.

3. Романова А.Н., Студеникина С.А. Целесообразность аутсорсинга на предприятии // Справочник экономиста. – 2010. – № 11. – С.www.profiz.ru.

4. Белкина Т.Ю. Проблемы внедрения аутсорсинга на промышленных предприятиях РФ // Проблемы современной экономики. – 2011. – № 3. – www.m-economy.ru.

Кузовлев Артём
студент
Самара Алексей
студент
Германович Наталья
ассистент
Полесский Государственный Университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ФОРМИРОВАНИЕ И ОБСЛУЖИВАНИЕ ВНУТРЕННЕГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА

В современной экономике Республики Беларусь возникло значительное число противоречий и трудностей в связи с нестабильностью и кризисным состоянием финансовой сферы в стране. Высокая инфляция, ослабление рубля на мировом валютном рынке, отсутствие специальных институтов, способных обеспечить эффективный перелив сбережений в инвестиции, противоречивая налоговая политика, не дающая достаточные поступления в государственный бюджет, - вот далеко не полный перечень проблем, с которыми столкнулась Республика Беларусь, строящая рыночную экономику.

Размер внутреннего государственного долга Беларуси на 1 января 2016 года составил 97,4 трлн. рублей, увеличившись с начала года на 49,1 трлн. рублей (с учетом курсовых разниц – на 20,3 трлн. рублей, в том числе за счет изменения курса белорусского рубля), или на 101,4%. Внутренний государственный долг Беларуси в январе 2016 года увеличился на 49 трлн. рублей в сравнении с январем 2015, тогда он составил 48,4 трлн. рублей. Рост внутреннего госдолга в основном обусловлен эмиссией государственных облигаций. В 2016 году увеличение внутреннего государственного долга обусловлено ослаблением курса белорусского рубля.

Рис. 1.1. Динамика изменения внутреннего государственного долга Республики Беларусь за январь 2014-2016 гг., млн. руб.

Таким образом, проанализировав динамику роста внутреннего долга за 1 января 2014-2016 г. (рисунок 1.1), можно сделать вывод о том, что в настоящее время наблюдается тенденция к его увеличению. Причинами ухудшения показателей внутреннего долга стали сложившаяся в современных условиях неустойчивая экономическая ситуация в стране, мировой экономический кризис, а также девальвация официального курса белорусского рубля. В свою очередь, всё это ограничивает возможности для привлечения новых внешних заимствований на рыночной основе.

В области расходов государственного бюджета предполагается соразмерное уменьшение государственной поддержки реального сектора экономики. Выделяемые средства будут перераспределены на стимулирование экспорта и создание новых инновационных производств. Сокращение государственных субсидий на потребительские товары, а также сокращение капиталовложений и дотаций нерентабельным предприятиям позволяет сэкономить значительные бюджетные средства.

Рис 1.2. Расходы на Национальную экономику, трлн.руб

Однако здесь существует проблема, которая заключается в том, что многие из предприятий такого типа, являются градообразующими и создают множество, хоть и неперспективных, но рабочих мест. Поэтому таким предприятиям нельзя закрываться, а наоборот, стимулировать их модернизацию путём передачи их в частные руки. Ведь во всех развитых странах именно частная инициатива является двигателем прогресса.

Сделав выводы можно сказать, что решение существующих проблем может быть найдено только при совместном объединении усилий различных государственных органов и осуществлении стабилизационных мероприятий во всех сферах государственного функционирования.

Список использованных источников

1. Макроэкономика: учебник лдя бакалавров/ А.В. Аносова, И.А. Ким, С.Ф. Серегина – 2-е изд.,испр. и доп. –М.: Издательство Юрайт,2013. – 521 с.
2. Матвеева, Т.Ю. Введение в макроэкономику [Текст] : учеб. пособие/ Т.Ю. Матвеева; – 5-е изд., испр. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007. - 511 с.
3. Лавров, А.М. Бюджетная реформа 2001-2008 гг.: от управления затратами к управлению результатами // Финансы. 2005 - №9
4. Журавлева, Г.П. Экономика: Учебник. — М.: Юристь, 2001.- 574 с.

Кухар Марія
студентка
Лазор Уляна
викладач
Стрийський коледж Львівського національного аграрного університету
м. Стрий
Україна

РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Бізнесова діяльність є основною рушійною силою ринкової економіки. Саме тому лейтмотивом досліджень економістів усього світу у 90-ті роки ХХст. стало «повторне відкриття ринку» з його ліберальними цінностями, нове осмислення невичерпних можливостей і потенціал приватного підприємства, зокрема малого та середнього бізнесу, в умовах переходу до постіндустріальної цивілізації. Україна ж як дволикий Янус не знала куди їй емігрувати на Захід чи Схід і, на жаль, пройшовши через Майдан і загибель Небесної сотні, векторність нашої держави визначена.

Обґрунтовуючи шляхи становлення та розвитку підприємства , зокрема малого бізнесу, в Україні, необхідно спиратися на всю сукупність наявних у соціально-наукових дисциплінах концепцій формування підприємства і сприятливої ролі держави в цьому процесі.

Мета статті—розгляд існуючих проблем і перспектив розвитку підприємницької діяльності на сільських територіях у сучасних умовах прагнення України до Євроінтеграції.

Увага суспільства, політиків і науковців до активізації підприємництва як провідного фактора сільського розвитку визначається кількома причинами:

По-перше, проблема бідності селян, забезпечення їх зайнятості та інтеграції в загальний гуманітарний розвиток. Через активізацію аграрного підприємництва міжнародні організації сподіваються також розв’язати проблему голоду на Землі.

По-друге, ситуація із зайнятістю й можливостями працевлаштування на селі розглядається як катастрофічна , селянам дуже складно знайти роботу за місцем проживання

По-третє, екстремальні темпи демографічної кризи, лише за три останні роки чисельність сільського населення щорічно зменшується, у середньому, на 200 тис осіб. Кількість сільських населених пунктів із 1991 до 2015року зменшилася на 457 одиниць.

По-четверте, зростаючий попит на екологічну, економічну та соціальну безпеку зумовлює привабливість розширення території підприємницької діяльності.

Актуальність зазначених проблем посилюється з прискоренням міжнародної інтеграції України.

З огляду на викладене, актуальними залишаються розробка й реалізація загальнодержавної програми розвитку підприємництва в аграрному секторі вітчизняної економіки. В контексті сільського розвитку її головними цілями мають бути: підтримка ініціативи селян щодо створення самостійних суб'єктів підприємництва, диверсифікація аграрного підприємництва, конкурентоспроможність вітчизняних аграрних підприємств на внутрішніх і зовнішніх ринках, це передбачає реалізацію комплексної політики підтримки й розвитку аграрного підприємництва, що включає:

1. удосконалення інституційних засад здійснення підприємницької діяльності, структури власності як мотиваційної бази інвестиційної діяльності.
2. диверсифікацію і розширення видів підприємницької діяльності в аграрному секторі, що включає розвиток місцевої малої переробки сільськогосподарської продукції.
3. активізацію конкурентної політики на аграрних ринках через встановлення законодавчої вимоги проведення й доступність реєстрів холдингових і підлеглих підприємств аграрного сектора.
4. формування інвестицій та інфраструктури розвитку підприємництва, інвестиційне забезпечення свободи і визначення критеріїв відповідальності підприємницької діяльності, прав щодо її здійснення.
5. обмеження адміністративних втручань у ведення підприємницької діяльності.
6. протидія протекціонізму органів влади та місцевого самоврядування.
7. обмеження трансанкційних витрат як фактора стримування розвитку малого підприємництва.
8. суспільна мотивація інвестиційної діяльності сільськогосподарських і несільськогосподарських підприємств.
9. спрощення процедури злиття/поділу підприємств.
10. формування ринку корпоративних прав в аграрному секторі.
11. розвиток кредитного обслуговування суб'єктів малого підприємництва на селі, забезпечення правової ліквідності власності як об'єктів застави.

Соціально-економічний розвиток територій є одним з найважливіших напрямів аграрної політики, спрямованої на підвищення життєвого рівня сільського населення, створення комфортних умов жителям українського села запровадження підприємництва на селі розв'язує ряд проблем, починаючи зі створення нових робочих місць і закінчуючи соціальним прогресом на селі. Сфера малого підприємництва є тим буфером, який пом'якшує соціальну напругу в сільських поселеннях.

До основних причин гальмування розвитку малого підприємництва в Україні відносять: неопрацьованість законодавства як з питань розвитку малого підприємництва, так і підприємництва в цілому; високі податки, що змушує деяких суб'єктів малого та середнього підприємництва йти в тіньову економіку; недостатня державна фінансово-кредитна підтримка малих підприємств; відсутність дійового механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого бізнесу; недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств; обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення; обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення; недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності; відсутність стимулів до інвестицій; психологічне неприйняття позитивної ролі підприємців у ринкових перетвореннях серед окремих верств населення.

В Україні для розвитку малого підприємництва на селі органи державної влади повинні розробити законодавчу базу, відповідно до регіональних особливостей та проводити дієві програми реформування на місцях з одночасним урахуванням причин, що перешкоджають організації підприємництва, розробити нові та вдосконалити діючі підходи до власності та форм її захисту, створення сприятливішого податкового, інвестиційного, інноваційного та цінового режимів для суб'єктів малого підприємництва, упорядкування механізму державного регулювання та контролю підприємницької діяльності, створити науково-методичне, інформаційно-консультативне та кадрове забезпечення малого підприємництва.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про місцеве сомоврядування в Україні»//Відомості Верховної Ради України(ВВР).-1997.-№24, с.170.
2. Азізов С.П. Організація аграрного виробництва і бізнесу/ С.П. Азізов, П.Т. Саблук, П.Т. Камінський-К, НПЦ «Інстаграр економіки», 2006, с.788.
3. Луць В.М. Підприємницька модель сільського розвитку/ Економіка АПК,-2015№11, с.67.
4. Малік М.Й. Основи аграрного підприємництва/М.Й. Малік, В.В.Зіновчук-К.Видавництво Інстаграр економіки, 2001,-с.16.
5. Пасховер В.Й. Малі форми аграрного виробництва/ Економіка АПК.-2013№11,-с.18-31.

Лейко Дарья
студентка
Абухович Юлия
ст. преподаватель
Академия управления при Президенте Республики Беларусь
г. Минск
Республика Беларусь

ВЗАИМОСВЯЗЬ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ

В развитии социально-экономической системы государства инвестиции являются важнейшим источником, т.е. определяют процесс экономического развития в целом.

Процесс, в ходе которого мир преобразуется в единую глобальную систему называется глобализацией. Важно отметить, что процесс глобализации экономики постоянно развивается на протяжении исторического развития человеческого общества [2].

Говоря о взаимосвязи инвестиционных процессов и глобализации, следует обратить внимание на то, что универсализация инвестиционных процессов проходит в рамках глобализации. Таким образом унифицируются инвестиционные механизмы и принципы, формируются единые обычаи и нормы осуществления инвестиционной деятельности.

Любое современное государство, желающее эффективно осуществлять инвестиционную деятельность обязано учитывать происходящие процессы глобализации. Национальная экономика должна развиваться в рамках тенденций мирового экономического развития.

Значительную роль в процессе глобализации играет международное движение капитала, способствующее экономическому росту и стран-реципиентов, и стран-доноров. Движение мировых инвестиционных ресурсов характеризуют три формы движения капитала: денежные и финансовые потоки, связанные с торговлей товарами и услугами; прямые иностранные инвестиции (перемещение финансового капитала, основных фондов, человеческих ресурсов, технологий); портфельные инвестиции и различные финансовые трансакции (включая спекулятивные операции), присущие единому мировому процессу [2].

Существование такой категории как прямые иностранные инвестиции (далее – ПИИ) является проявлением интернационализации и глобализации экономики, процесса формирования мирового хозяйства, как единой целостной системы и одновременно — средство разрешения противоречий этого процесса [1].

На сегодняшний день, наверное, нет такого высокоразвитого, развивающегося государства, где бы не было иностранного капитала в виде ПИИ. Таким образом, ПИИ можно назвать количественным индикатором глобализации национальных экономик различных стран.

В последнее время формируется тенденция интеграции государств между собой, что приводит к предсказуемости их экономической политики и прозрачности принимаемых решений, которые стали определяться ориентирами и ограничениями этих организаций, что повысило уровень доверия инвесторов. Поэтому государства, которые являются членами международных союзов, альянсов, дают друг другу определенные гарантии, способствуют развитию друг друга, а это влечет в страны приток ПИИ [1].

Влияние глобализации на развитие мирового рынка инвестиций выражается в форме унификация инвестиционного процесса, а также в виде страхования и гарантирования субъектов мирового хозяйства от региональных кризисов и перерождения их в глобальные [2].

Инвестиции, привлекаемые в страну из стран-доноров, направляются в наиболее значимые и бурно развивающиеся отрасли хозяйства. Структура ПИИ (с учетом задолженности прямому инвестору за товары, работы, услуги), направленных в 2015 г. в организации по видам экономической деятельности: торговля (45,1%); транспорт (31,2%); обрабатывающая промышленность (11,6%); связь (2,6%); деятельность, связанная с вычислительной техникой (2,4%); операции с недвижимым имуществом (1,8%); сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство (1,5%); финансовая деятельность (1,2%); строительство (0,8%) [3].

В экономику Республики Беларусь в 2015 г. в реальный сектор экономики (кроме банков) иностранные инвесторы вложили 11,3 млрд. долларов США валовых иностранных инвестиций, из них – 7,2 млрд. долларов (63,8% от общего объема), портфельных – 0,005 млрд. долларов, прочих – 4,1 млрд. долларов. Основными странами-донорами прямых иностранных инвестиций (с учетом задолженности инвестору за товары, работы, услуги) в Республику Беларусь были такие страны, как Россия (45,1% от всех поступивших инвестиций), Соединенное Королевство (30,3%), Кипр (9,0%), Польша (2,6%), Литва (1,9%), Украина (1,2%), Китай (1,1%), Германия (1,0%), Австрия (1,0%), Латвия (0,8%). На долю прочих стран-доноров приходится - 6% [3].

Таким образом, увеличить объем привлекаемых инвестиций и повысить эффективность их использования, позволит устранение причин, которые тормозят развитие инвестиционной деятельности в Республике Беларусь. Поэтому в условиях глобализации государству необходимо уделить внимание формированию эффективной инвестиционной политики, улучшение инвестиционного климата страны, что позволит привлечь большее число иностранных инвесторов. Говоря о взаимосвязи процесса глобализации и инвестиционных процессов, можно сказать, что глобализация обеспечивает необходимое перемещение инвестиционных, технологических, сырьевых, кадровых и информационных ресурсов, что в свою очередь способствует зарождению и развитию мировых факторов производства.

Список использованных источников

1. Беляев Д. В. Тенденции развития прямых иностранных инвестиций в условиях глобализации / Д.В, Беляев // Молодой ученый. — 2013. — №5. — С. 253-263.

2. Орлова В.Г. Влияние глобализации на инвестиционное обеспечение экономического развития / В.Г. Орлова // Известия Южного федерального университета. Технические науки. – 2009. - №3. – С.63-67.

3. Результаты инвестиционной политики [Электронный ресурс] / Сайт Министерства экономики Республики Беларусь. – Режим доступа: http://www.economy.gov.by/ru/invpolicy/invest-klimat/pezultat. – Дата доступа: 01.04.2016.

Лемішко Олена
к.е.н., доцент, докторант
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

ФОРМУВАННЯ МЕТОДОЛОГІЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ КАПІТАЛУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Сільське господарство є найважливішою галуззю економіки нашої держави, пріоритетною сферою внутрішньоекономічного і зовнішньоекономічного розвитку України. Воно формує понад 80 % фонду споживання [1], є гарантом соціальної, продовольчої і економічної безпеки держави. Окрім того, в умовах триваючої (з 2014 р.) російської військової агресії та обумовленою даним негативом економічної кризи, сільське господарство залишається практично єдиною галуззю, яка стійко демонструє позитивну тенденцію розвитку, поступово нарощуючи кількісні показники виробництва й експорту продукції, забезпечуючи, при цьому, значний обсяг валютних надходжень в Україну. Як одна з найбільш перспективних галузей, що обумовлює зростання української економіки у складних умовах сьогодення, ефективне сільське господарство поряд з новою індустріалізацією є гарантом використання можливостей входження нашої держави у світову спільноту провідних економічно розвинених країн.

Оцінити рівень ефективності сільського господарства неможливо без детального обґрунтування важелів, інструментів та індикаторів фінансового механізму формування і використання капіталу, вартісних і структурних його характеристик, адекватних критеріям оцінки рівня економічного розвитку підприємств, аграрної галузі економіки, держави, а також можливості розв’язання глобальних проблем забезпечення провідного місця у процесі виходу України на світовий ринок продовольства. Капітал є каталізатором розвитку ринкової економіки, нагальною є потреба у послідовному і поглибленому обґрунтуванні теоретичних та методологічних засад його формування і використання, в опрацюванні аналітичних індикаторів динамічного і послідовного його функціонування.

Особливості формування і використання капіталу сільського господарства на даному етапі досліджуються недостатньо. Процеси капіталоутворення і капіталовіддачі підпорядковані специфічним особливостям аграрної галузі і, як правило, не мають відповідності загальнодержавним тенденціям. Тому актуальним є дослідження фінансових інструментів, важелів, індикаторів функціонування капіталу сільського господарства України. Теоретичні основи та принципи формування фінансового механізму представлені в працях зарубіжних (П. Бароле, Р. Брейлі, Є. Коена, О. Стоянової, В. та ін.) та вітчизняних науковців (Андрущенко, Л. Костирко, В. Опаріна, А. Поддєрьогіна, О. Терещенко та ін.). Так В. Опарін зазначає, що фінансовий механізм представляє сукупність фінансових методів і форм, інструментів і важелів впливу на соціально-економічний розвиток суспільства [4, с. 55]. Але ми виходимо з аксіоматичного твердження, що саме підприємства визначають рівень капіталізації на рівні і окремої галузі, і економіки держави в цілому, а тому вважаємо, що опрацювання вихідних методологічних положень щодо фінансового механізму формування і використання капіталу необхідно проводити на базі повної сукупності підприємств. Ґрунтовні дослідження, проведені Л. Костирко щодо сутності економічної категорії «підприємство», дозволили обґрунтувати принципові його ознаки: адаптивність, системність, гнучкість, динамічність, фінансова самоорганізація [6, с. 41]. При цьому підкреслюється, що фінансовий механізм є найважливішою характеристикою стану підприємств і визначає сукупність фінансових і економічних методів, способів, форм та інструментів, за допомогою яких здійснюється регулювання економічних процесів і відносин [6, с. 41]. Слушну думку також висловлює А. Поддєрьогін, який вважає, що фінансовий механізм реалізується з метою оптимізації впливу фінансів на кінцеві результати діяльності підприємства [5, с. 76]. Фінансовий механізм формування і використання капіталу повинен бути достатньо ефективним, мати надійні методи забезпечення і регулювання, а також мати належний науково-методичний базис.

Розмаїття поглядів стосовно визначення капіталу підприємства зумовлене, перш за все, неоднозначним трактуванням суті капіталу у працях вітчизняних та зарубіжних науковців. Сучасний економіст І.Бланк визначає капітал, як накопичений шляхом заощаджень запас економічних благ у формі грошових засобів і реальних капітальних товарів, що притягується його власниками в економічний процес як інвестиційний ресурс і фактор виробництва з метою отримання доходу, функціонування яких в економічній системі базується на ринкових принципах і пов'язане з факторами часу, ризику та ліквідності [2, с. 257]. На думку О. Жихор, капітал підприємства характеризує загальну вартість засобів у грошовій, матеріальній і нематеріальній формах, які інвестуються у формування його активів [3, с. 169]. Капітал підприємства - це джерело формування його майна, що характеризує сукупну вартість засобів підприємства в матеріальній і нематеріальній формі, використання яких принесе збільшення економічних вигод і зміцнення потенціалу підприємства.

На сьогоднішній день сільськогосподарські підприємства відчувають брак джерел формування капіталу. Наші дослідження, щодо тенденцій зміни вартісних і структурних характеристик капіталу сільського господарства України за період 2001 – 2014 рр., дають підстави стверджувати наступне: вартісні параметри власного капіталу демонструють негативну тенденцію стосовно співвідношення до позикового капіталу, а саме – за період 2001 – 2014 рр. нагромадження власного капіталу збільшилося у 3,9 рази (з 41,51 млрд. грн. у 2001 р. до 163,93 млрд. грн. у 2014 р.), позикового капіталу – у 10,9 рази (відповідно, з 20,81 млрд. грн. до 226,59 млрд. грн.). Тобто, темп росту позикового капіталу випереджав темп росту власного капіталу майже у 3 рази. Якщо у 2001 р. у структурі сукупного капіталу частка власного капіталу становила 65,7 %, то на кінець 2014 р. вона знизилася на 23,8 п. п. до 41,9 %, в той же час частка позикового капіталу досягла 58,0 % (збільшення на 24,9 п. п.).

Необхідно акцентувати увагу ще на такій суттєвій особливості досліджуваного періоду: на кінець 2001 р. обсяг валової продукції сільського господарства перевищував обсяг власного капіталу у 4 рази, а на кінець 2014 р. – тільки у 1,5 рази. По відношенню до позикового капіталу обсяг валової продукції катастрофічно знизився: у 2001 р. обсяг валової продукції перевищував обсяг позикового капіталу у 8 разів, у 2014 р. співвідношення валової продукції до позикового капіталу склало 0,72.

Досліджені тенденції вартісних і структурних характеристик капіталу сільського господарства України та співвіднесення їх до основних економічних показників дають підставу стверджувати, що має місце прояв фінансової нестабільності у аграрному секторі економіки, що в свою чергу, негативно впливає на сталий економічний розвиток держави. Тому однією з важливих умов подолання даної негативної тенденції є розробка методологічного інструментарію фінансового механізму формування і використання капіталу. Пропонуємо наступне визначення: фінансовий механізм формування і використання капіталу сільського господарства – це сукупність форм і методів фінансового впливу на вартісні величини і структурні пропорції капіталу сільського господарства, що охоплює систему фінансових важелів, інструментів і фінансових індикаторів, які дають змогу реалізувати ефективні фінансові рішення щодо функціонування капіталу з врахуванням особливостей капіталоутворення і капіталовіддачі агарного сектору економіки. Подальші дослідження необхідно зосередити на опрацюванні методологічного інструментарію фінансового механізму формування і використання капіталу сільського господарства щодо відповідності вимогам і закономірностям розвитку економіки в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Список використаних джерел

1.Андрійчук В. Г. Підручник. — 2-ге вид., доп. і перероблене. / В. Г. Андрійчук. — К.: КНЕУ, 2002. — 624 с.

2.Бланк И.А. Управление формирование капитала.- К.: «Ника-Центр», 2008.-510 с.

3.Жихор О. Б. Теоретичні аспекти щодо визначення сутності поняття «капітал підприємства» / О. Б. Жихор, І. М. Шматько // Фін.-кредит. діяльн.: пробл. теорії та практики. - 2011. - Вип. 2. - С. 168-172.

4.Опарін В.М. Фінанси (загальна теорія): Навч, посібник. – 2 – ге вид., доп і перероб. / В.М. Опарін. – К.: КНЕУ, 2000. – 240 с.

5.Поддерьогін А. М. Фінансовий механізм забезпечення стійкого розвитку господарюючого суб'єкта [Текст] / А. М. Поддєрьогін // Часопис економічних реформ. Науково- виробничий журнал. – 2011. – № 4. – С. 74–78.

6.Костирко Л.А. Фінансовий механізм сталого розвитку підприємств: стратегічні орієнтири, системи забезпечення, адаптація: Монографія / Л.А. Костирко. – Луганськ: Вид-во «Ноулідж», 2012. – 474 с.

Лещук Галина
к. е. н., доцент
Прикарпатський інститут імені Михайла Грушевського МАУП
м. Львів
Україна

ІНСТИТУЦІЙНА СТРУКТУРА ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РИНКУ

В сучасних реаліях функціонування інвестиційного ринку як достатньо складної системи зумовлює необхідність формування відповідної інституційної структури та середовища. Слід відзначити, що вітчизняними науковцями здійснюється ототожнення дефініцій «інституційна структура» та «інституційне середовище». Певна категорія вчених вважає, що інституційна структура становить певні формальні інституційні обмеження, які визначають можливі організаційні форми і варіанти економічних взаємодій. Інші вчені зазначають, що інституційна структура визначає конкретні правила і механізми здійснення економічних взаємодій враховуючи галузеві та інші особливості ведення господарської діяльності, а інституційне середовище включає переважно неформальні інститути, які відіграють не менш важливу роль у створенні необхідного економічним агентам регулювання.

Досить важливим у господарській практиці держави, особливо в перехідний період, є формування інституційних основ щодо розвитку інвестиційного ринку та інвестиційної діяльності. Адже саме у процесі трансформації економіки відбуваються глибокі соціально-економічні зміни як у фінансовій, так і господарській сферах [1, с. 16].

Слід відмітити, що системоутворюючі інституційні засади інвестиційного ринку становлять сукупність основоположних правил та впорядкованого набору інститутів, що встановлюють правила координації інвестиційної діяльності

господарюючих суб'єктів. При цьому, інституції – це сукупність формальних і неформальних правил економічної системи, що сформувалися під впливом інстинктів, звичаїв, традицій її суб'єктів з метою скоординованої поведінки. До організацій (інститутів) відносять закріплення цих правил, норм і обмежень у вигляді суб'єктів економічної системи. Інституційні утворення в Україні представлено інвестиційними банками, страховими і лізинговими компаніями, пенсійними фондами, агентствами регіонального розвитку, створення вільних економічних зон і територій пріоритетного розвитку, для яких необхідне комплексне та системне поєднання фінансових і структурних інструментів державного регулювання. При цьому, як функціонування інституційних утворень інвестиційного ринку, так і застосування фінансових й структурних інструментів державного регулювання на сучасному етапі ефективно не реалізовуються, що в свою чергу зумовлює виникнення численних негативних факторів впливу на інвестиційну діяльність в Україні.

Узагальнено інвестиційний ринок як складну систему і категорію інтерпретують як з економічного представлення, так й з точки зору інституційної структури. У першому випадку, інвестиційний ринок - це сукупність економічні відносин, що складаються між інвесторами та або учасниками інвестиційної діяльності щодо інвестиційних активів (корпоративних прав, фінансових інструментів, основних засобів, нематеріальних активів). З іншої точки зору, інвестиційний ринок - сукупність інвестиційних інститутів, які реалізують контрактні відносини під час операцій з інвестиційними активами через надання інвестиційних послуг [2, с. 3].

Зокрема, автор Бережна І.Ю. у своєму науковому дослідженні базовими складовими елементами інституційного середовища визначає правила (інститут) інвестування, інвестиційні ринки та інвестиційні інституції (організації), за допомогою яких регулюються структуровані в часі та просторі відносини між економічними агентами, пов'язані з обміном прав власності на інвестиційні ресурси, а також забезпечується трансформація якісних характеристик грошових потоків та перерозподіл інвестиційних ресурсів у межах економічної системи. У складі інституційного середовища інвестиційні інституції (організації) на інвестиційному ринку здійснюють особливий вид економічної діяльності – інвестиційну діяльність, результатом якої є створення власного специфічного продукту: акумульованих інвестиційних та кредитних ресурсів, засобів платежу, а також різноманітних фінансових послуг.

Якщо інституційне середовище складає мережа формальних і неформальних (у тому числі – позаекономічних) правил та інституцій, що регламентують поведінку на всіх стадіях циклу інвестиційного процесу, то інвестиційний клімат характеризує очікувана сукупність трансакційних витрат, що впливають на ступінь активності (доходності/ризику) власне інвестиційної діяльності. Ефективне функціонування інвестиційного ринку, рівень його

інвестиційної привабливості та надійності залежить від інституційних інвесторів, які взаємодіють на ньому та відрізняються інструментарієм та способом здійснення інвестиційної діяльності [3, с. 14].

Професор Онікієнко С.В. використання інституціонального підходу при дослідженні взаємодії регулятора і органів законодавчої влади у вирішенні проблеми регулювання інвестиційної діяльності зокрема банків, стверджує про необхідність і неминучість запровадження Україною наднаціональних стандартів банківського регулювання. При цьому, модель поведінки НБУ об’єктивно повинна формуватися як відповідь на тиск зі сторони законодавчої влади: законодавці, з їх дуалістичною вимогою стосовно внутрішньої стабільності банківського сектору і його міжнародної конкурентоспроможності, створюють для регулятора внутрішні обмеження, що змушує НБУ до міжнародної регуляторної гармонізації, яка дасть змогу зняти існуюче регуляторне протиріччя і уникнути кептивності [4, с. 29].

Аналізуючи сучасні реалії вітчизняного інвестиційного ринку, слід відмітити зменшення ролі держави як безпосереднього інвестора і розвитком приватних інвесторів, появою нових інституційних структур та формуванням інвестиційної інфраструктури: комерційних банків, спеціалізованих кредитно-фінансових інвестиційних установ, що в свою чергу сприяло модифікації структури інвестиційного капіталу за формами власності й джерелами фінансування. Разом з тим, зміна структури інвестиційного капіталу і статусу суб'єктів інвестування, що відповідає за зовнішніми ознаками умовам ринкової економіки, не призвела до активізації їх інвестиційної діяльності. Зменшення участі держави в реалізації інвестицій стало наслідком не тільки зміни інвестиційного режиму, пов'язаного з переходом до ринку, але й різким скороченням державних доходів в умовах економічного спаду.

Отже, вітчизняний інвестиційний ринок характеризується сформованими інститутами (комерційними та інвестиційними банками, страховими і лізинговими компаніями, пенсійними фондами, агентствами регіонального розвитку, створення вільних економічних зон і територій пріоритетного розвитку, спеціалізованих кредитно-фінансових інвестиційних установ тощо) і ринковими механізмами, що зумовлює подальше перетворення інституціонального середовища, викликане необхідністю формуванням господарської системи, здатної ефективно функціонувати в умовах ринкової економіки, тобто досягнення якості її інститутів. Інституційне середовище, яке адаптувалось до потреб економічних змін, забезпечує взаємозв’язки між суб’єктами інвестиційного ринку, сприяє зниженню трансакційних витрат і невизначеності. Відповідно інституційне середовище як складна єдність формальних та неформальних інститутів, відіграє ключову роль у формуванні позитивного розвитку інвестиційного ринку в Україні.

Таким чином, необхідне вироблення ефективної інституційної політики та проведення інституційної реформи, що сприятиме економічному зростанню, підвищенню конкурентоздатності інвестиційного ринку, збалансуванні інвестиційного попиту та пропозиції, диференціації стимулів активізації інвестиційного ринку, розширення залучення інвестиційних ресурсів, забезпечення безперервного обігу капіталів та їх використання у розширенні обсягів діяльності реального сектору економіки.

Список використаних джерел

1. Качур Р. П. Державне регулювання інвестиційної діяльності в трансформаційній економіці України [Текст] : автореф. дис… канд. ек. наук : 08.00.03 / Р.П. Качур. – Львів, 2015. – 22 с.
2. Москвін С. Інвестиційний ринок України та проблеми його державного регулювання / С. Москвін // Фінансовий ринок України. - 2010. - №2. - С. 3-9.
3. Бережна І.Ю. Формування інвестиційного потенціалу у трансформаційній економіці (інституційний підхід) [Текст] : автореф. дис… канд. ек. наук : 08.00.01 / І.Ю. Бережна. – Київ, 2011. – 28 с.
4. Онікієнко С.В. Регулювання інвестиційної діяльності банків [Текст] : автореф. дис… докт. ек. наук : 08.00.08 / С.В. Онікієнко. – Київ, 2015. – 36 с.

Лисяк Альона
аспірант
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РОЗВИТОК РЕСУРСНО-ТЕХНІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Забезпечення збалансованого розвитку аграрного сектору економіки нерозривно пов’язано з масштабним застосуванням інновацій різного виду на всіх рівнях, включаючи суб’єктів господарювання, активізація інноваційної діяльності яких сприяє їх соціально-економічному піднесенню на основі комплексної модернізації всіх підсистем підприємства.

Проте сучасний стан вітчизняних сільськогосподарських підприємств характеризується низьким рівнем ресурсно-технічного забезпечення як базису здійснення інноваційної діяльності, що проявляється у відсутності необхідних заходів щодо відтворення і забезпечення адекватного кількісного та якісного рівнів земельних, трудових, інтелектуальних, фінансових та матеріально-технічних ресурсів і поглибленні рівня їх інноваційної пасивності. Безперечна необхідність зміни вектору розвитку сільськогосподарських підприємств на інноваційний підпорядкована рівню комплексності та відповідності ресурсного

забезпечення, яке визначає умови функціонування агроекономічної системи специфічним поєднанням ресурсного потенціалу підприємства та адекватними йому організаційно-економічними відносинами.

Важливою складовою інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств є створення потужної матеріально-технічної бази, яка б відповідала світовим стандартам і сучасним вимогам новітніх технологій, забезпечувала конкурентоспроможність аграрного сектора. Технічне оснащення аграрного виробництва є надзвичайно важливим з точки зору можливостей впровадження інтенсивних технологій виробництва, як у галузі рослинництва, так і в тваринництві [7]. Лише за умови наявності необхідних сільськогосподарських машин можлива реалізація генетичного потенціалу вирощуваних культур, адже проведення всіх технологічних операцій регламентовано в часі та вимагає високої якості їх проведення. Як показує світовий досвід, прогресивний поступальний розвиток сільського господарства та конкурентоспроможність товаровиробників можливі лише при умові відповідного техніко-технологічного забезпечення.

Ресурсно-технічний потенціал сільськогосподарського виробництва є, з одного боку, важливою умовою інноваційного розвитку підприємств, з іншого – його результатом [6].

Інновації у машинобудуванні зумовлюють якісні та кількісні зміни у засобах та предметах праці сільськогосподарського виробництва, технологічних процесах та виступають невід'ємною складовою інноваційного розвитку сільськогосподарських підприємств. Впровадження виробничо-технологічних, продуктових, соціальних та екологічних інновацій, стають поштовхом для впровадження управлінсько-економічних інновацій.

Вагомим завданням інноваційної діяльності в аграрному секторі є підвищення ефективності використання і збільшення ресурсно-технічного потенціалу галузей сільського господарства за рахунок інтенсивного ведення процесу виробництва й реалізації кінцевого продукту. Дослідження проблем інноваційної діяльності знаходяться у полі зору економічної науки. Це обумовлено тим, що в сучасних умовах інновації є вирішальним чинником розвитку аграрних підприємств.

Потреба в науково-технологічних та інноваційних розробках у галузях АПК зумовлюється зростанням попиту суспільства на якісні конкурентоспроможні вироби, продукцію і послуги, що, своєю чергою, вимагає модернізації, реконструкції та перебудови всього агропромислового комплексу.

Упровадження новітніх науково-технічних розробок і технологічних процесів формує технологічні зміни у всіх сферах господарської діяльності підприємств різних форм власності [2].

Слід відзначити, що на сьогодні ресурсно-технічний потенціал в Україні продовжує скорочуватися. За останні роки кількість розробок із створення нових видів техніки і технології зменшилася в 3,2 рази, з них розробок, технічний рівень яких вище світового – у 5,1 рази, розробок, технічний рівень яких відповідає світовому – у 3,4 рази, але починаючи з 2006 р. спостерігається деяке

пожвавлення інноваційної діяльності. На сьогодні наукові установи виступають як розробниками, так і провідниками впровадження інновацій [4].

Важливою характеристикою ресурсно-технічного потенціалу сільськогосподарських підприємств виступає стан їх технічного забезпечення, який визначається кількістю технічних засобів, їх продуктивністю, надійністю, енергономіністю, економічністю, відповідністю вимог безпечності та екології. За оцінками Г.М. Підлесецького, за всіма цими параметрами Україна стоїть нижче від країн з розвинутим сільським господарством. Вітчизняні енергетичні засоби та сільськогосподарські машини за якістю відстають від світових на 2-3 покоління. Продуктивність у них нижча на 20-40%, а по окремим машинам – у десятки разів, при більших затратах праці на їх обслуговування та експлуатацію, вищій матеріаломісткості. За екологічними параметрами більшість вітчизняних сільськогосподарських технічних засобів не відповідають навіть параметрам Євро-2, не кажучи вже про Євро-3, Євро-4, умови праці на них менш комфортні та менш безпечні. Через технічні несправності та фізичний знос щорічно не використовується третина тракторів та комбайнів, коефіцієнт їх готовності навіть у напружені періоди не перевищує 0,7 [5, с. 82]. Такі оцінки незадовільного стану технічного забезпечення сільськогосподарського виробництва дають і інші фахівці, зокрема, Я. Білоусько, І. Бурковський, М. Могилова [3].

Основна характерна риса інноваційного розвитку сільськогосподарського підприємства полягає у створенні та комерційному використанні техніко-економічних нововведень у галузях аграрної сфери. Основою діяльності є нововведення, які формують прибутки як окремих виробничих галузей, так і галузей з надання послуг, що дозволяє створити новий ринок чи задовольнити нові потреби. Безперечно вихід сільського господарства на траєкторію сталого економічного розвитку залежить від реалізації комплексу заходів, серед яких провідне місце займають заходи інвестиційно-інноваційного характеру, що передбачають максимальне використання і прискорене освоєння наукомістких технологій [1]. У цілому інноваційна модель розвитку охоплює створення соціально-економічних, організаційних і нормативно-правових умов. Такий підхід забезпечить ефективне відтворення, розвиток та використання ресурсно-технічного потенціалу, впровадження сучасних енерго- й ресурсозберігальних технологій, виробництво і реалізацію нових видів конкурентоспроможної продукції.

Отже, проблема розвитку інноваційної діяльності в аграрній сфері багатогранна і складна. Однак перехід сільськогосподарських підприємств на інноваційну модель розвитку – перспективний напрям, який створює сприятливе середовище для ефективного розвитку, формування та використання ресурсно-технічного потенціалу аграрного сектора економіки.

Список використаних джерел

1. Бухало О.В. Вплив інноваційної діяльності на розвиток ресурсного потенціалу аграрних підприємств / О.В. Бухало // Науковий вісник Мукачівського державного університету. – 2015. – Випуск 2(4). – Ч. 1. – С. 90-95.

2. Дацій О.І. Розвиток інноваційної діяльності в агропромисловому виробництві України / О.І. Дацій. – К.: ННЦ ІАЕ, 2004. – 428 с.

3. Могилова М.М. Матеріально-технічне забезпечення аграрної галузі / М.М. Могилова, Я.К. Білоусько, Г.М. Підлісецький // Економіка АПК. – 2013. – №2. – С. 61-67.

4. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.

5. Підлесецький Г. Економічні проблеми технічного забезпечення сільського господарства / Г. Підлесецький, В. Товстопят // Економіка України, 2008. – №10. – С. 81-87.

6. Тивончук С.О. Інноваційна модель виробництва – визначальний вектор енергозбереження у сільському господарстві / С.О. Тивончук // Формування і реалізація державної політики розвитку матеріально-технічної бази агропромислового комплексу України. – К.: ІАЕ УААН, 2003. – С. 313-319.

7. Ульянченко О.В. Ресурсний потенціал аграрного сектора економіки України: управлінський аспект / О.В. Ульянченко. – Суми: Видавництво «Довкілля», 2010. – 383 с.

Ліщинський Михайло
аспірант
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Саме великі інтегровані корпоративні структури дозволяють відновити технологічну та економічну єдність агропромислового виробництва, підвищити рівень його технічної оснащеності та фінансової забезпеченості, мобілізувати значні фінансові кошти для інвестування в будівництво сучасних агропромислових комплексів. Корпоративна модель вертикальної інтеграції забезпечує можливість централізованого й оперативного управління виробничо-господарською діяльністю підприємств на різних стадіях технологічного ланцюжка не на основі адміністративних методів, а на основі контролю над власністю, скасовуючи протиріччя між спільністю виробничих завдань підприємств різних сфер АПК і економічною роз’єднаністю.

Особливої актуальності набуває вивчення світового досвіду корпоративного управління. Крім того, необхідно сформувати національну модель корпоративного управління з урахуванням національних історико-культурних традицій. Формування української моделі корпоративного управління має бути спрямоване на подолання недоліків існуючих корпоративних систем і створення сучасної моделі корпоративного управління,

що забезпечує міжнародну конкурентоспроможність українським корпораціям в умовах стрімкого розвитку постіндустріальної економіки. Останніми роками в Україні багато що зроблено для підвищення якості корпоративного управління. Однак реформи, що здійснюються в напрямку забезпечення загальних широко визнаних принципів корпоративного управління, просуваються повільно. Основними причинами такого стану є слабкість і непідготовленість інституційного оточення українського корпоративного сектору економіки та ігнорування українських особливостей.

Ефективність управління побудованою системою можна визначати як результативність її функціонування за умови оптимізації матеріальних, трудових, фінансових та інших витрат, виражену в кількісних та якісних показниках об'єктів і предмета управління.

При формуванні національної моделі управління корпоративним сектором економіки доцільним є також визначення подібних та відмінних рис української моделі та усталених моделей корпоративного управління. Зазначене визначає спільні характеристики та виявляє, що національна модель найбільше тяжіє до японської.

Слід підкреслити, що кожна з них має як переваги, так і недоліки, але кожна з них довела свою ефективність. Сучасні проблеми глобалізації і формування економіки країн висувають нові вимоги до розробки моделі корпоративного управління, значущість ефективності системи корпоративного управління виходить за межі інтересів окремої корпорації, адже корпоративне управління впливає на інвестиційні процеси і можливості взаємодії зі світовим фінансовим ринком, що безпосередньо пов'язане з економічним зростанням [3, с. 22].

Створення ефективної системи корпоративного управління як у економічно розвинених країнах, так і в країнах з перехідною економікою вимагає розробки загальних міжнародних стандартів і правил, законодавчо закріплених та впроваджених в практику, які б гарантували потенційним інвесторам надійність капіталовкладень та дозволили отримати повну, ясну й об'єктивну картину про ефективність діяльності компаній, структуру власності, механізм і методи інвестування [2, с. 11].

На нашу думку, створення системи корпоративного управління в аграрному секторі Україні, дасть змогу: створити сприятливі умови для залучення додаткових інвестиційних ресурсів в сільське господарство; врегулювати порядок дій між учасниками товариства; створенню дієвих механізмів контролю за діяльністю менеджменту та акціонерів корпорації.

Крім зазначених моделей корпоративного управління, у світі сформувалися дві управлінські системи корпоративного регулювання, які характеризують основні підходи до проблеми повноважень і відповідно прийняття рішень та реалізації прав власності. Ці системи отримали назви інсайдерських та аутсайдерських.

Інсайдерські системи характеризуються такою ситуацією коли власність зосереджена в руках однієї чи кількох осіб, які володіють великими частками корпоративного майна. У цьому випадку управління акціонерним товариством може здійснюватися цими (юридичними чи фізичними) особами і менеджмент перебуває під їх прямим впливом. Інсайдерська система базується на діяльності інституційних інвесторів, які здійснюють внутрішній прямий контроль діяльності корпорацій, а зовнішній контроль здійснюється наглядовими радами не виконавчих директорів та ринками. Аутсайдерські системи характеризуються акціонерною власністю, яка є досить розпорошеною і тому вплив на прийняття рішень значною мірою залежить від менеджерів, застосування різних форм впливу або перехоплення контролю за корпорацією [1, с. 22].

Українська модель корпоративного управління перебуває у стадії формування та складається з елементів різних світових моделей, зокрема включає ознаки інсайдерської системи такі, як розпорошену власність, нерозвинений фондовий ринок, а також ознаки аутсайдерської моделі – тенденції до зростання концентрації власності, впровадження схем перехресного володіння акціями та формування складних корпоративних структур різного типу.

Формування національної моделі корпоративного управління в Україні базується на використанні світового досвіду, а також враховувати національні особливості формування корпоративного сектора та специфіки розвитку корпоративних відносин. Кількісні оцінки перерозподілу прав власності, що відбувалися протягом останніх років, не сприяли появі відповідних якісних змін, необхідних для виникнення та подальшого розвитку корпоративних відносин.

Характерними рисами для сучасного стану корпоративного управління в Україні є низький рівень розвитку корпоративної культури, невідповідність корпоративного управління світовим принципам та кодексам, відсутність дивідендної політики, що насамперед проявляється в невиплаті дивідендів за результатами діяльності, існування конфліктів між учасниками корпоративних відносин, відсутність досвіду та навиків у менеджерів корпорацій, щодо формування системи корпоративного управління, недосконалість чинного законодавства щодо управління корпораціями.

При формуванні сучасної моделі корпоративного управління в аграрному секторі економіки України доцільно відмітити, що вона має спільні риси окремих частин світових моделей корпоративного управління, що визначає її спільні характеристики.

Проведений аналіз світових моделей корпоративного управління засвідчив, що сучасній аграрній моделі притаманні наступні риси: розпорошеність капіталу, трирівнева система управління (загальні збори, спостережна рада, правління), важлива роль головного керівника), держава виступає власником товариства, незалежне регулювання ринку державними органами є неефективним, відсутність серйозного впливу інвесторів на справи корпорації, незначний розвиток фондового ринку тощо.

Система корпоративного управління аграрного сектору економіки повинна будуватися з метою організації ринково-орієнтованих підприємств та підвищенні ефективності функціонування аграрних підприємств із збалансованістю інтересів всіх учасників корпоративних відносин, що будуються із використанням переваг корпоративного устрою суб'єкта господарювання, збереженням інтересів сільського населення та участі їх в діяльності окремих суб'єктів господарювання, забезпеченням збереження сільськогосподарських угідь та вирішення соціально-економічних проблем сільських територій.

Таким чином, створення і розвиток української системи корпоративного управління надзвичайно актуальні. Вони забезпечують створення умов для стрімкого зростання конкурентоспроможності української економіки.

Список використаних джерел:

1. Євтушевський В.А. Основи корпоративного управління: Навч. посіб. – К.: Знання-Прес, 2002. – 317 с.

2. Задихайло Д.В., Кібенко О.Р., Назарова Г.В. Корпоративне управління: Навчальний посібник. – Х.: Еспада, 2003. – 688 с.

3. Мороз О.В., Карачина Н.П., Халімон Т.М. Корпоративне управління на підприємствах України: постприватизаційний етап еволюції: Монографія. – Вінниця: Універсум-Вінниця, 2008. — 180 с.

Ломако Инга
студентка
Копытовских Александр
к.т.н, доцент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ

Необходимость применения маркетинга для предприятий любой сферы экономики неоспорима. Суть и содержание маркетинговой деятельности отражают объективные условия развития рынка, который в известной мере утрачивает хаотичность и подпадает под регулирующее воздействие заранее устанавливаемых хозяйственных связей, где особая роль отводится потребителю. Возрастает значение конкуренции, борьбы за потребителя. Это заставляет производителей тщательно и глубоко изучать конкретных потенциальных потребителей и запросы рынка, который предъявляет высокие требования к качеству и конкурентоспособности продукции [4]. В маркетинговой деятельности организации одним из наиболее важных элементов является построение и реализация маркетинговой стратегии. Добиться

успешного эффекта от использования стратегии маркетинга можно только при условии существования современного устойчивого и стабильного рынка [2].

В XXI веке современные информационные технологии представляют собой одну из определяющих и важнейших концепций развития маркетинговой среды предприятия. Интернет, интерактивный маркетинг, беспроводные средства, широкополосная сеть и интерактивное телевидение являются результатом технологических, инновационных прорывов, которыми пользуются маркетологи и получают необходимые нормы прибыли.

Среди всех этих способов продвижения товаров и услуг, большую популярность в области наиболее прогрессивных участков рынка стал набирать один из самых новейших – вирусный маркетинг [1]. Вирусный маркетинг (вирусная реклама) — это маркетинговая техника, которая используется в интернет-пространстве для того, чтобы повышать осведомленность о бренде и стимулировать продажи, путем распространения сообщений о товарах, услугах через непосредственных получателей информации. Человек, получив информацию, распространяет в кругу своего общества, те распространяют в своем кругу дальше. Причем общество воспринимает это как досуг и развлечения, а вовсе не как рекламу.

Вирусный маркетинг имеет много общего с обычным вирусом, он также заражает человека общающегося с распространителем информации (вируса). Маркетинговое сообщение распространяется в геометрической прогрессии, так как информированный начинает выступать в роли нового распространителя, тем самым получается, где был 1 там уже их 7. Особенность вирусного маркетинга заключается в том, чтобы люди добровольно рассказывали информацию только потому, что она им нравится и полезна. Информация может быть представлена в различных видах аудиозаписи, видеоролики, фотографии, флеш-игры или обычный текст.

Вирусный маркетинг имеет большое количество преимуществ и незначительное количество недостатков.

Преимущества вирусного маркетинга:

1. Самое главное преимущество состоит в малых затратах времени и денег. Надо только понять, какую информацию создать и как правильно ее преподнести, чтобы пользователи действительно захотели распространять.

2. Еще одним преимуществом является повышение доверия людей к товару (услуге) из-за того, что они узнают о нем не через рекламу, а напрямую от друзей и знакомых, которым они доверяют.

3. Возможность легкой проверки того, насколько рекламная компания оправдывает себя и насколько полезным для пользователей является товар (услуга).

4. Жизненный цикл вирусной рекламы не менее трех лет. К примеру, телевизионный ролик демонстрируется в строго определенное время, которое тщательно подбирается, чтобы застать целевую аудиторию. Ролики в сети Интернет можно просматривать в любое удобное время и любое количество раз.

В результате этого, по оценкам экспертов, период жизненной активности вирусной рекламы не менее трех лет.

5. Вирусная реклама свободна от цензуры и ограничений Закона о рекламе.

Несмотря на все преимущества вирусного маркетинга, нужно быть практичным. Даже самая лучшая вирусная кампания не поможет, если продукт недостаточно качественный, если у него неадекватная цена или он распространяется неподходящим образом. Чтобы раскрыть все истинные возможности вирусного маркетинга, его необходимо сочетать с остальными видами рекламных активностей.

Теперь поговорим о недостатках вирусного маркетинга:

1. Первым недостатком можно выделить - сложность контроля над явлением вирусного маркетинга. Одно неверно сформированное мнение окажет эффект явно противоположный ожидаемому.

2. Однако наиболее существенным недостатком надо отметить тот факт, что после применения вирусного маркетинга повышение спроса имеет относительно непродолжительное время и затем вновь снижается до минимума.

Эффект от вирусного маркетинга достаточно велик, так как в результате оказывается, что его воздействие превосходит затраты на подготовку маркетинговых мероприятий и их осуществление. Грамотно сформулированное содержание маркетингового сообщения получает массовое распространение подобно «вирусу».

Внедрение вирусного маркетинга на современном рынке возможно при помощи следующих правил [3]: определение реальных целей и сроков вирусных кампаний; четкое понимание потребностей и нужд потенциальных клиентов; использование наиболее мало затратных способов, ведь творчество с изюминкой является лучшей заменой большим денежным вложениям; интрига потребителей.

В компаниях, которые стремятся достичь успеха, применение прогрессивного вирусного маркетинга в современной деятельности, начинает постепенно приобретать обыденный характер [5]. Данный вид маркетинга по своей сути является не только эффективным, но и доступным, так как его успех в первую очередь основывается на неординарном творческом замысле маркетингового послания, а также вирусный маркетинг не связан с большими затратами.

Правильно и грамотно сформированная маркетинговая стратегия приведет к увеличению спроса на рынке, что в дальнейшем будет способствовать получению установленной нормы прибыли. В каждой организации современные методы маркетинговой деятельности становятся их ядром. Постоянные изменения во внешней среде создают почву для инноваций, поэтому необходимо искать новые способы удовлетворения нужд потребителя.

Список использованных источников

1. Борисов В.В. О прошлом и будущем, технологии сарафанного маркетинга // Маркетинговые коммуникации. №2. 2012. С.65-75.

2. Кизим А.А., Старкова Н.О. Управление маркетингом промышленных предприятий // Научный журнал «Экономика устойчивого развития» – №9. 2012. С 181-190.

3. Лебедева Т.А.. Как привлечь внимание к своей компании // Журнал «Продвижение продовольствия» - №5-6. 2010. С.20-25.

4. Суровушкина, Е.Н. Сущность и методы оценки инновационной активности организации / Екатерина Николаевна Суровушкина // Экономические науки. — 2014. — № 4. — С. 78-81.

5. Черкасов, М.Н. Конкурентоспособность отечественных производственных предприятий / М. Н. Черкасов // Вопросы экономических наук. — 2014. — № 3. — С. 93-97.

Лускань Юлія
студентка
Дубров Олексій
студент
Чубак Антоніна
старший викладач
Університет митної справи та фінансів
м. Дніпропетровськ
Україна

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

У ринкових умовах господарювання структуроутворюючу роль відіграє мале підприємництво. Це пов’язано з історичними аспектами становлення ринкової економіки, де дрібнотоварне виробництво було первинною формою господарювання. Сьогодні економіка розвинених країн базується на малому та середньому бізнесі. Зокрема, їх частка у ВВП багатьох європейських країн перевищує 50% (Італія – 70%, Німеччина – 60%, Франція -52%), в Польщі – 47% ВВП, а в Росії та Білорусі – 22% та 23% відповідно [3, с.303].

За даними 2015 року Державної служби статистики України кількість малих і середніх підприємств бізнес складають 95,2% від усіх діючих в Україні підприємств. В цілому, не дивлячись на досить високі кількісні показники малих і середніх підприємств в Україні, вони виробляють, за різними оцінками, від 7% до 15% ВВП. Згідно з даними Федерації роботодавців України, 85% української економіки створюється приблизно трьома сотнями великих підприємств, і лише 15% ВВП генерується малим і середнім бізнесом [1].

Як і в попередні роки, переважна кількість середніх і малих підприємств України зосереджена в Дніпропетровській, Київській, Львівській, Одеській, Харківській областях та в місті Києві.

У Дніпропетровській області в 2015 році кількість малих підприємств склала 84 одиниці на 10 тисяч населення, а чисельність найманих працівників у досягла 137,1 тисячі осіб. Питома вага продукції, виробленої малими підприємствами, склала 12,8 відсотків валового регіонального продукту [2, с.587].

У розподілі за видами економічної діяльності пріоритетними сферами діяльності суб'єктів малого підприємництва є оптова і роздрібна торгівля, питома вага яких від загального обсягу реалізованої продукції (товарів, послуг) – 52,2 %. Значно меншими є показники промисловості (11,7 %), сільського господарства (9,4 %), будівництва (6,8 %) [1].

Слід зазначити, що малі та середні підприємства у своїй діяльності орієнтуються, головним чином, на регіональний ринок та вирішення місцевих проблем. Тому саме підприємництво повинно стати основою формування регіональної структури місцевого господарства із врахуванням особливостей соціально-економічного розвитку кожного конкретного регіону.

Його розвиток пов'язаний з вирішенням ряду питань не тільки економічного, але й соціального характеру, серед яких – забезпечення темпів економічного зростання, усунення територіальних диспропорцій, послаблення монополізації, створення нових робочих місць, підвищення зайнятості та рівня доходів населення, наповнення місцевих бюджетів тощо. В умовах дестабілізації економіки, обмеження фінансових ресурсів якраз малі підприємства здатні швидше вирішувати проблеми демонополізації, стимулювати розвиток економічної конкуренції, оперативно реагувати на зміни споживчого попиту і за рахунок цього забезпечувати необхідну рівновагу на споживчому ринку. Адже вони не вимагають великих стартових інвестицій, мають високу швидкість обігу коштів, спроможні швидко реагувати на зміни попиту і пропозиції [4, с.561].

Крім того, мале підприємництво сприяє формуванню конкурентного середовища, оскільки воно є антимонопольним за своєю природою, що проявляється в різноманітних аспектах його функціонування.

Однак розвиток підприємництва в Україні пов'язаний із низкою проблем:

– недостатнє фінансування регіональних програм підтримки і розвитку малого підприємництва;

– недосконалість контролю за використанням коштів, виділених малим підприємствам, внаслідок чого частина ресурсів витрачається за нецільовим призначенням [5];

–відсутність належного нормативно-правового забезпечення розвитку малого бізнесу, як і підприємництва в цілому;

– недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств [3,с.308];

– ускладнений порядок проходження дозвільних (погоджувальних) процедур і, як наслідок, їх висока витратність;

– відсутність дієвого механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого бізнесу [4, с.561].

Крім того, слід зазначити, що стан товарного ринку в Україні, на якому діють суб'єкти малого підприємництва, суттєво відрізняється від економічно розвинутих країн. Розвинутим ринковим відносинам притаманні переважаючий вплив попиту з швидкою реакцією на нього, пріоритет приватної власності, розвинута ринкова інфраструктура, дієвість та усталеність законодавства, фінансова стабільність, доступність засобів виробництва, традиції використання договірних відносин, інформаційна відкритість, офіційно мінімальна криміналізація.

Зовсім інша ситуація спостерігається сьогодні в економіці України. В цілому правове, соціально-економічне середовище для малого підприємництва стає, на жаль, дедалі не сприятливішим [3, с.308].

Таким чином, з метою ефективного функціонування малого підприємництва як одного із дієвих факторів зниження регіональних диспропорцій в Україні та забезпечення якісного економічного зростання в державі необхідно:

- удосконалити законодавчі та нормативно-правові акти в галузі формування сприятливого середовища господарювання і стимулювання реалізації пріоритетних напрямів функціонування підприємницьких структур;
- стимулювати дієвість асоціацій товаровиробників з метою налагодження координації взаємодії між владними структурами і суб'єктами підприємницької діяльності;
- забезпечити розвиток соціального партнерства органів влади, підприємницьких структур, громадських організацій (укладання партнерських угод і договорів про співпрацю) [4, с.564];
- вжити заходів щодо розвитку малого підприємництва у сільській місцевості;
- запровадити механізми державно-приватного партнерства у сфері підтримки малого підприємництва на місцевому рівні;
- стимулювати проведення регіональних конкурсів (тендерів) щодо закупівлі товарів та надання послуг малими підприємствами за кошти державних та місцевих бюджетів, а також участь підприємців у виконанні регіональних замовлень [5] .

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.
2. Карімов Г.І. Тенденції регіонального розвитку малого підприємництва / Г.І. Карімов, В.О. Крівошеєв // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. - №7. – С. 586-589.
3. Сілічєва Н.Є. Малий бізнес в Україні: стан і перспективи розвитку / Н.Є. Сілічєва // Економічні інновації. – 2015. - №59. – С. 303-309.

4. Сімкін Л.Є. Тенденції розвитку малого підприємництва в Україні в умовах диспропорційності економічного зростання / Л.Є. Сімкін, С.А. Побігун // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. - №3. – С. 560-563.

5. Тимченко О.І. Проблеми та перспективи розвитку малого підприємництва в регіонах України [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=4135

Льобка Анастасия
студент
Германович Наталья
ассистент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Актуальность темы заключается в том, что предприятия реального сектора экономики стоят во главе развития экономического роста страны и для того, чтобы страна развивалась, необходимо и развитие реального сектора, ведь эта сфера экономики непосредственно связана с производством, потреблением товаров и услуг и формированием занятости в экономике. Поэтому отрицать влияние реального сектора экономики на остальные сферы экономики невозможно.

Реальное производство в процессе функционирования соединяет факторы производства и выпускает товары и услуги. Факторами производства являются ресурсы, которые участвуют в процессе изготовления товаров и услуг. Таким образом, реальный сектор экономики – это та сфера экономики, которая непосредственно связана с производством и потреблением товаров и услуг, а также с формированием занятости в экономике.

В таблице 1 приведены основные социально-экономические показатели Республики Беларусь.

Валовой внутренний продукт (ВВП) постоянно увеличивается. В 2011 году увеличение произошло на 5,5% в сравнении с предыдущим годом, в 2012 – на 1,7%, в 2013 – на 1%, в 2014 – на 1,65%. Несмотря на общее увеличение ВВП, темпы прироста имеют отрицательную тенденцию, что в свою очередь негативно сказывается на экономике.

Таблица 1

Основные социально-экономические показатели Республики Беларусь за 2010-2014 гг.

	2010	2011	2012	2013	2014
Валовой внутренний продукт в текущих ценах, трлн. руб.	164,5	297,2	530,4	649,1	778,5
в том числе валовая добавленная стоимость промышленности, трлн. руб.	44,9	91,8	159,5	172,9	209,2
удельный вес добавленной стоимости промышленности в ВВП, %	27,2	30,9	30,1	26,7	26,9
Инвестиции в основной капитал, трлн. руб.	55,4	98,7	154,4	209,6	225,7
в том числе в промышленность	16,3	40,0	53,1	75,6	82,0
Среднегодовая численность населения, занятого в экономике, млн. чел.	4,70	4,69	4,61	4,58	4,56
в том числе в промышленности	1,18	1,18	1,17	1,14	1,10
удельный вес занятых в промышленности в общей численности занятых в экономике, %	25,1	25,3	25,4	25,0	24,2
Объем промышленного производства, трлн. руб.	167,0	347,7	615,9	605,6	673,9
Экспорт, млрд. долларов США	25,3	41,4	46,1	37,2	36,1
Импорт, млрд. долларов США	34,9	45,8	46,4	43,0	40,5

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [1]

Что касается валовой добавленной стоимости (ВДС) промышленности, то здесь наблюдается то увеличение, то снижение темпов прироста. Так, в 2013 году темп прироста ВДС составил -4,4%, а в 2014 – 2,6%. На протяжении всего исследуемого периода удельный вес добавленной стоимости в ВВП практически не менялся. В среднем он составил 35,8%. Увеличение инвестиций в основной капитал постоянно. Инвестиции в промышленность в 2014 году составили 225,7 трлн.руб, а это 36% от всех инвестиций в капитал. Доля инвестиций в промышленность относительно постоянна. Она колеблется в пределах 30-40%.

Немаловажную роль в экономике играет численность занятого населения. Среднегодовая численность населения, занятого в промышленности составила 1,1 млн. человек, а это 24% от среднегодовой численности населения занятого в экономике. Чем меньше этот показатель, тем более передовой является страна. Ведь значит, что все остальное население вовлечено в работу других сфер. Стоит отметить, что ежегодно количество людей, занятых в экономике, а также и в сфере промышленности снижается. Так эти показатели составили 99,4% и 96,4% соответственно в сравнении с предыдущим годом.

Темпы прироста объема промышленного производства снижались до 2014 года. В 2010 г. – 109,1%, в 2013 г. – 95,1%, а уже в 2014 г. – 102%. Этот показатель имеет важное значение, поскольку он выражает изменение объема производства в стране в таких отраслях как добыча полезных ископаемых, обрабатывающие производства, производство и распределение электроэнергии, газа и воды. Если этот индекс растет быстрее ВВП, то это говорит о более

быстрых темпах развития названных ранее отраслей. Если же этот индекс отстает, то тенденция обратна.

Следующей важной характеристикой деятельности реального сектора экономики является объем экспорта и импорта. Темпы прироста экспорта и импорта как в целом по экономике, так и по организациям промышленности не составляют 100% от предыдущего года последние 2 года. Если экспорт товаров превышает импорт, то говорят о положительном сальдо платежного баланса, а также о чистом экспорте. Положительный чистый экспорт увеличивает объем национального продукта, а отрицательный в свою очередь снижает его. Как видно из таблицы 1, в Республике Беларусь на протяжении последних 6 лет импорт превышает экспорт, но если рассматривать данные показатели в промышленности, то здесь ситуация противоположная. Это подтверждает значимость функционирования и развития реального сектора экономики для страны. Производительность труда представляет собой количество продукции, выпущенной работником предприятия, за определенный промежуток времени. Рост производительности затрат означает экономию рабочего времени на изготовление единицы продукции или же дополнительное количество изготовленной продукции за счет сэкономленного времени. Это непосредственно влияет на повышение эффективности производства, так как экономится заработная плата производственных рабочих и в единицу времени производится больший объем продукции.

В таблице 2 отображены данные, характеризующие структуру промышленного производства по уровню технологичности.

Таблица 2

Структура промышленного производства по уровню технологичности, в процентах к итогу

	2010	2011	2012	2013	2014
Промышленность	100	100	100	100	100
низкотехнологичные производства	29,9	26,8	27,1	32,4	33,6
среднетехнологичные производства (низкого уровня)	33,3	35,9	35,3	32,1	31,7
среднетехнологичные производства (высокого уровня)	24,2	26,3	27,0	23,2	21,9
высокотехнологичные производства	2,5	2,1	2,1	2,5	1,9

Примечание – Источник: собственная разработка на основании [1]

Наибольшая доля промышленного производства приходится на низкотехнологичные и среднетехнологичные производства (низкого уровня) производства (около 32%). Как видно из таблицы, наименьший удельный вес в структуре у высокотехнологичных производств. Это говорит о недостатке инноваций, финансирования, а также о том, что предприятия вряд ли сможет выпускать конкурентоспособную продукцию с целью экспорта.

Исходя из всего вышесказанного, очевидно, что реальный сектор экономики Республики Беларусь на сегодняшний день находится в трудном положении, а это в свою очередь оказывает негативное влияние на экономический рост. В

структуре промышленного производства преобладают низкотехнологичные производства и среднетехнологичные производства (низкого уровня), что в свою очередь сдерживает производительность и конкурентоспособность товаров. Поэтому, реальный сектор экономики испытывает острую необходимость в дополнительных денежных средствах. Для улучшения деятельности данного сектора экономики необходима модернизация и поддержка эффективно работающих предприятий со стороны государства.

Список использованных источников:

1. Национальный Интернет-портал Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь. – Минск, 2015. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/bgd/public_compilation/index_724/ – Дата доступа: 10.03.2016.

Магай Татьяна
к.э.н., доцент
Кишибекова Галия
к.э.н., доцент
Университет Нархоз
г. Алматы
Республика Казахстан

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Целью маркетинговой деятельности промышленного маркетинга является удовлетворение потребностей предприятия в средствах производства и услугах производственного назначения. Сущность промышленного маркетинга заключается в создании для клиентов потребительской стоимости товаров, которые направлены на удовлетворение потребностей и достижение их целей. Эта идея и составляет концепцию промышленного маркетинга. Как философия ведения бизнеса, концепция промышленного маркетинга предприятия включает три основных компонента:

– маркетинговые действия должны начинаться и базироваться на изначальных потребностях клиента-организации;

– ориентация клиента должна проходить через все функциональные подразделения предприятия, включая конструкторско-технологические разработки, производство, сбыт готовых товаров, финансы;

– удовлетворение потребностей пользователя должно рассматриваться как средство к достижению долгосрочных целей по повышению доходности предприятия-производителя.

Маркетинговая деятельность промышленного предприятия представляет собой комплекс мероприятий, включающих виды деятельности:

– анализ внешней (по отношению к предприятию) среды, что позволяет выявить факторы, содействующие коммерческому успеху или создающие препятствие этому. В результате анализа формируется банк данных для принятия обоснованных маркетинговых решений;

– анализ целевого рынка или потребителей, как действующих, так и потенциальных. Данный анализ заключается в исследовании демографических, экономических, географических и иных характеристик потребителей продукции, их потребностей, а также процессов приобретения товара данного предприятия, так и конкурирующих предприятий;

– разработка концепции создания новых товаров и\или модернизации старых, включая ассортимент их и параметрические ряды, упаковку и т.д.;

– планирование ассортимента, товародвижения и сбыта, включая создание, если это необходимо, соответствующих сбытовых и агентских сетей;

– обеспечение формирования спроса и стимулирования сбыта (ФОССТИС) путем комбинации рекламы, личной продажи, престижных некоммерческих мероприятий (PR) и разного рода экономических стимулов, направленных на покупателей, агентов и непосредственных продавцов;

– разработка эффективной ценовой политики;

– управление маркетинговой деятельностью (маркетингом) как системой, оценка рисков и прибылей, эффективности маркетинговых решений [1].

Задача управления промышленным маркетингом заключается в воздействии на уровень, время и характер спроса таким образом, чтобы это помогло организации в достижении стоящих перед ней целей. В качестве основных потребителей в маркетинге производственно-технического назначения выступают промышленные предприятия и торговые посредники. Формирование спроса на продукцию производственно-технического назначения протекает более сложно, чем на потребительские товары.

Исследования показали, что основными причинами низкой эффективности маркетинговой деятельности промышленных предприятий являются: нечеткость стратегии развития, обеспечивающей достижение конкурентных преимуществ организации; отсутствие маркетингового подхода при производстве продукции для населения; старение персонала и снижение квалификации; большое число уровней согласования при принятии управленческих решений; отсутствие заинтересованности всех подразделений предприятия по достижению общих целей развития; отсутствие программ по улучшению имиджа и управлению репутацией; слабое согласование между основными направлениями рекламной деятельности и целями маркетинговой и коммуникационной политики предприятий; распыление рекламного бюджета [2].

Если стратегия реализуется по плану, то этапами ее разработки будут являться следующие шаги.

1. Оценка настоящего состояния рынка. На данном этапе необходимо дать точную или хотя бы экспертную оценку доли рынка, провести анализ ежеквартальных объемов продаж и установить, от чего он зависит: от прихода и переработки сырья, от сезонного спроса, определить, как рынок данного вида товара изменится, и не претерпит ли существенных изменений, произвести оценку изменений, связанных с дальнейшим развитием сферы услуг. Провести анализ изменения цен, анализ рынка поставщиков.

2. Сегментация рынка и определение потребительского интереса. Выбор целевого сегмента определяет то, на удовлетворение каких потребностей нацелена компания, какие продукты или услуги она будет представлять клиентам. Для наиболее успешной работы фирмы на рынке ей необходимо сосредоточиться на незанятых никем нишах рынка, а также на тех потребностях потребителей, которые все еще не удовлетворены.

3. Анализ деятельности конкурентов и в целом определение конкурентоспособности предприятия, то есть на данном этапе необходимо определить, чем данная компания отличается от всех остальных, то есть выявить сильные и слабые стороны, которые оказывают наибольшее влияние на успех организации. Они определяются и по отношению к конкурентам. Сильные и слабые стороны – определения относительные, а не абсолютные [3].

4. Формирование целей маркетингового развития. Определение четких целей помогает выработать эффективную стратегию и позволяет трансформировать миссию компании в конкретные действия, определить чего хочет добиться фирма в результате своего развития. Это может быть увеличение объема продаж, получение прибыли, удовлетворение общественного мнения (хорошее отношение поставщиков, покупателей, правительства, акционеров и т.д.), формирование имиджа.

5. Исследование возможных альтернатив в плане стратегии.

6. Создание определенного облика компании на рынке.

7. Оценка стратегии с точки зрения ее финансовой состоятельности. На этом этапе производится:

– анализ и прогнозирование качества и ресурсоемкости будущих продуктов компании;

– прогнозирование конкурентоспособности существующих и будущих продуктов компании;

– прогнозирование уровня цен и продаж на существующие и будущие продукты компании;

– прогнозирование объема выручки и прибыли;

– определение контрольных показателей и промежуточных этапов контроля (сроки и контрольные значения) [4].

Функция продаж в организации, несмотря на ее большое значение, должна быть подчинена маркетинговой функции: в общем случае маркетинг должен ставить цели для сбыта. Следовательно, маркетинговая стратегия также должна

являться определяющей для сбытовой стратегии. Каналы сбыта могут быть определены как в маркетинговой стратегии, так и в сбытовой стратегии.

Таким образом, разработка маркетинговой стратегии позволит предприятию:

– значительно расширить клиентскую базу и увеличить объем продаж;
– повысить конкурентоспособность продукции или услуг;
– создать инструмент массового привлечения клиентов;
– выбрать эффективную ценовую и продуктовую политику;
– создать механизм контроля маркетинговых мероприятий;
– повысить качество обслуживания клиентов.

Список использованных источников

1 Федорова М. С. Разработка маркетинговой стратегии предприятия // Молодой ученый. — 2011. — №5. Т.1. — С. 232-234.

2 Сергеева С.Е. Эффективный маркетинг — ключ к успеху компании // Маркетинг в России и за рубежом, 2011. — № 2. — С.114-120.

3 Голубков Е.П. Маркетинг: стратегия, планы, структуры: учебник. — М.: Дело, 2011. — 318 с.

4 Божук С.Г. Маркетинговые исследования. Основные концепции и методы. – СПб.: Вектор, 2011. – 288 с.

Макулова Айымжан
д.э.н., профессор,
Мухаметжанова Жадыра
ст.преподаватель,
Университет «Нархоз»,
г.Алматы,
Республика Казахстан

ПРОГНОЗ ПО МЕТОДУ ЭКСПОНЕНЦИАЛЬНОГО СГЛАЖИВАНИЯ ХОЛЬТА

Обеспечение продовольственной безопасности страны, формирование эффективной системы агробизнеса, повышение конкурентоспособности отечественной продукции и наращивание объемов продаж продукции как на внутреннем, так и на внешнем рынке, поддержка сельхозтоваропроизводителей является основными приоритетами современной аграрной политики нашего государства. Руководящие работники и специалисты сельского хозяйства с помощью экономико-математических методов и моделей могли бы компетентно и грамотно определить направления развития отраслей сельскохозяйственного производства с учетом потребностей рынка, обеспечить повышение конкурентоспособности сельского хозяйства в целом и получение прибыли каждым сельскохозяйственным предприятием.

Прогноз развития изучаемого процесса на предстоящий промежуток времени проводится на основе создания прогностических моделей экономической динамики путем экстраполяции, т.е. на продлении на будущее тенденции, наблюдавшейся в прошлом. Однако прогноз по аналитическому выражению динамического ряда имеет один существенный недостаток, который ведет к большим ошибкам такого метода прогнозирования. Дело в том, что в данном случае прогнозируется только детерминированная составляющая ряда динамики и не учитывается случайный компонент. Чтобы избежать этой ошибки и сделать прогноз более точным, надо отыскать закономерность их изменении во времени. Именно такой подход обеспечивают адаптивные модели.

Рассмотренные подходы к прогнозированию дают основание полагать, что успех разработки прогноза зависит от правильного выбора метода прогнозирования. Попытки ряда авторов дать рекомендации по выбору соответствующего метода были безуспешны, так как основывались на субъективных оценках применимости методов к тому или иному объекту прогнозирования. Ни один из них сам по себе не пригоден для всех случаев прогнозной практики. Выбор метода зависит, по нашему убеждению, от следующих факторов: цели прогноза (поставленной задачи); времени упреждения прогноза; специфики объекта прогнозирования; достоверности и полноты исходной информации; ограничений разработчиков прогноза (времени разработки прогноза, алгоритмов, программных средств прогнозирования).

В настоящее время одним из наиболее перспективных направлений исследования и прогнозирования одномерных временных рядов считаются адаптивные методы.

Важнейшее достоинство адаптивных методов – построение самокорректирующихся моделей, способных учитывать результат прогноза, сделанного на предыдущем шаге. Пусть модель находится в некотором состоянии, для которого определены текущие значения ее коэффициентов. На основе этой модели делается прогноз.

Быстроту реакции модели на изменения в динамике процесса характеризует так называемый параметр адаптации. В качестве критерия оптимальности при выборе параметра адаптации обычно принимают критерий минимума среднего квадрата ошибок прогнозирования.

На основе рассмотренных особенностей дадим определение группы методов прогнозирования, объединенных общим названием адаптивные.

Адаптивными называют методы прогнозирования, позволяющие строить самокорректирующиеся (самонастраивающиеся) экономико-математические модели, которые способны оперативно реагировать на изменение условий путем учета результата прогноза, сделанного на предыдущем шаге, и учета различной информационной ценности уровней ряда. Благодаря отмеченным свойствам адаптивные методы особенно удачно используются при оперативном,

краткосрочном прогнозировании. К адаптивным моделям относятся модели Брауна, Хольта, Хольта-Уинтерса, модель авторегрессии и др.

У истоков адаптивных методов лежит модель экспоненциального сглаживания (модель Брауна). Экспоненциальное сглаживание применяется к временным рядам, т.е. тогда, когда фактором, от которого зависит переменная прогнозирования *У*, является время *t*. В этом методе сглаживания учитывается «старение» данных – в процессе сглаживания больший вес имеют последние данные. Степень влияния последних данных по сравнению с предыдущими задается с помощью специального коэффициента α, который называется коэффициентом (параметром) сглаживания или фактором затухания. Этот коэффициент принимает значение от 0 до 1.

Таким образом, с одной стороны, следует увеличивать вес более свежих наблюдений, что может быть достигнуто повышением α, с другой стороны, для сглаживания случайных отклонений значение α нужно уменьшить. Эти два требования находятся в противоречии. Поиск компромиссного значения параметра сглаживания α составляет задачу оптимизации модели.

При прогнозировании производства зерна по Алматинской области были рассмотрены официальные статистические данные за 2004–2014 гг. (во всех категориях хозяйств). Так как разброс данных значительный, коэффициент вариации составляет для этих данных 61%. Поэтому подбор модели для регрессионного прогнозирования будет составлять определенные трудности. Эти трудности устраняются методами адаптивного прогнозирования. Экспоненциальное сглаживание в нашем случае отклоняется, так как прогнозные значения дают одинаковые значения, а также сдвиг вправо сглаженных данных относительно исходных данных. Преодолеть эти недостатки помогает метод сглаживания Хольта. По сглаженным этим методом данным можно как строить функцию регрессии, так и вычислять прогнозные значения.

В методе Хольта используются два уравнения, определяющие сглаженные значения $\hat{y}_i$ и значения трендовой составляющей T_i:

$$\hat{y}_i = (1-\alpha)\, y_i + \alpha\left(y_{i-1} + T_{i-1}\right),$$

$$T_i = (1-\beta)\left(y_i - y_{i-1}\right) + \beta T_{i-1},$$

где α, β - два коэффициента сглаживания, заданные независимо друг от друга. Поскольку это коэффициенты сглаживания, то они должны принимать значения из интервала от 0 до 1.

Результаты сглаживания методом Хольта и прогноз производства зерна при α=0,1 и β=0,5.

Далее определим прогнозные значения для α=0,2 и α=0,3 при постоянном значении коэффициента $\beta = 0{,}5$, так как значение этого коэффициента мало влияет на форму и гладкость сглаженных данных, но влияет на наклон прямой,

на которой лежат прогнозные значения. Результаты сравнения прогнозных значений производства зерна при α равном 0,1; 0,2 и 0,3 приведены в табл.1.

Таблица 1

Прогнозные значения производства зерна при различных значениях α

Годы	Пессимистический, $\alpha = 0,3$	Средний, $\alpha = 0,2$	Оптимистический, $\alpha = 0,1$
2015	779,2	802,1	863,5
2016	902,3	996,9	1083,1
2017	1025,7	1120,5	1205,4

Таким образом, прогнозные значения производства зерна находятся при значениях α от 0,3 до 0,1.

Список использованных источников

1. Бутакова М.М. Экономическое прогнозирование: методы и приемы практических расчетов. – М.: КНОРУС, 2008. – 168 с.

2. Дуброва Т.А. Статистические методы прогнозирования.– М.: ЮНИТИ–ДАНА, 2003. – 206 с.

3. Makulova A.T, Mukhametzhanova Zh.S., Forecasting production output of JSC RG BRANDS on the basis of the econometric modeling/ International Journal of Applied Engineering Research , Volume 10, Number 20, 2015, ISSN 0973-4562, pp40967-40982.

Марданов Темирбулат
магистр экономики
Индустриально-экономический колледж
имени академика Г.С.Сейткасимова
г. Астана
Республика Казахстан

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В условиях рыночных отношений туризм является одной из самых динамичных отраслей экономики. Высокие темпы его развития, большие объемы валютных поступлений активно влияют на различные сектора экономики, что способствует формированию собственной туристской индустрии. Важным преимуществом туристской отрасли является то, что при относительно небольших инвестициях позволяет сразу же получать доход, при этом обеспечивается быстрая оборачиваемость средств. Индустрия туризма многогранна и включает в себя множество услуг, созданных для привлечения клиентов: гостиницы, туристские фирмы, клубы, фитнес-центры, спортивные площадки и т. д. Туризм является одним из крупнейших работодателей в мире, обеспечивая работой большое число людей, от специалистов непосредственно

туристской отрасли, до работников транспорта, средств размещения и огромного количества самых разных развлекательных учреждений.

В Республике Казахстан туризм на современном этапе находится на стадии бурного роста. Активно развиваются все виды туризма. Также необходимо отметить положительную динамику в гостиничной индустрии, где происходит как количественный, так и качественный рост. Ежегодно увеличивается количество туристских фирм и число занятых в туризме. Но, несмотря на общую положительную тенденцию развития, туризм Казахстана сталкивается и с определенными проблемами.

Правительством нашей страны уделяется значительное внимание и создаются все условия для развития туризма. Туристская отрасль в нашей стране долго оставалась второстепенной и финансировалась по остаточному принципу. На туризм не обращали внимание как на отрасль экономики, хотя ресурсы имелись более чем достаточные. Сейчас же туризм является одним из семи приоритетных кластеров развития экономики Казахстана. Туризм является тем инструментом развития, благодаря которому Казахстан имеет хорошие шансы выйти на международный рынок с конкурентоспособным конечным продуктом.

Туризм (фр.tourism, от tour - прогулка, поездка) - явление, с одной стороны, относительно молодое, ставшее массовым только после Второй мировой войны, с другой - имеющее глубокие исторические корни. Туризм в первоначальном смысле понимался как передвижение и временное пребывание людей вне постоянного места жительства. Однако и процессе исторического развития содержание и смысл данного понятия постоянно претерпевали изменения и дополнения.

В 1993 г. Статистическая комиссия ООН приняла определение, которое одобрено Всемирной туристской организацией (ВТО) и широко используется в международной практике. В соответствии с ним туризм охватывает деятельность лиц, которые путешествуют и осуществляют пребывание в местах, находящихся за пределами их обычной среды, в течение периода, не превышающего одного года подряд, с целью отдыха, деловыми и прочими целями.

Туризм в настоящее время является одной из наиболее динамично развивающихся отраслей внешнеэкономической деятельности. Неуклонный рост влияния туризма как на мировую экономику в целом, так и на экономику отдельных стран и регионов является одной из наиболее значительных, постоянных и долгосрочных тенденций, которая сопутствует формированию и развитию мирового хозяйства. Становится очевидным превращение туризма в крупную самостоятельную отрасль национальной экономики, деятельность которой направлена на удовлетворение специфических потребностей населения. Многообразие этих потребностей удовлетворяется не только туристскими предприятиями, но и предприятиями других отраслей, что обусловливает значение туризма как одного из факторов мультипликативного воздействия на

развитие экономики. Именно благодаря этим своим свойствам туризм является бюджетообразующей отраслью экономик многих островных государств. Туризм помимо основного дохода создает дополнительные рабочие места, способствует притоку инвестиций. Туризм является одним из факторов мировых интеграционных процессов, а туристский бизнес становится сейчас значимым сектором экономики. Современная экономическая наука рассматривает туризм как системный объект изучения, что позволяет, с одной стороны, выявить его структуру с многообразием внутренних связей, а с другой - определить характер взаимодействия с внешней средой.

В соответствии с определением, разработанным Международной ассоциацией научных экспертов в области туризма, туризм как социально-экономическая система есть совокупность отношений, связей и явлений, возникающих во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места проживания и не связанных с их трудовой деятельностью. Экономическая эффективность функционирования туризма во многом определяется его формой, предполагающей соответствующий набор услуг, удовлетворяющих потребности туристов. Выделяют две формы туризма: внутренний и международный туризм.

Внутренний туризм - путешествия внутри своей страны лиц, постоянно проживающих в пределах границ своего государства, без занятия оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания. На долю внутреннего туризма в мире приходится 80-90% поездок. Расходы на него в 5-10 раз превышают расходы на международный туризм .

Международный туризм - это туризм в другую страну с туристскими целями без занятия оплачиваемой деятельностью в месте временного пребывания. В среднем около 65% всех международных туристских поездок приходится на Европу, около 20% - на Америку и около 15% - на остальные регионы. Таким образом, формирование и, самое главное, поддержание положительного туристского имиджа является главным приоритетом для Казахстана в деле развития въездного туризма. Конечно же, наличие развитой инфраструктуры, грамотных кадров и государственная поддержка туристских организаций тоже являются немаловажным аспектом, но без узнавания нашей страны в мире все эти элементы развитой туристской отрасли ни к чему. Поэтому отечественному туризму необходимо используя богатый мировой опыт и собственный энтузиазм приступать к созданию имиджа Казахстана, как нового туристского направления.

Развитие туризма на современном этапе в Республике Казахстан демонстрирует положительную динамику. Равномерно развиваются все виды туризма. Но несмотря на это присутствуют определенные аспекты, которые препятствуют более динамичному развитию. Проблемы отечественного туризма свойственны многим развивающимся странам с переходной экономикой и

отражают ситуацию, когда туризму уделяется мало внимания. Такая ситуация до недавнего времени была и в нашей республике. И только в 2005 году, когда наш Президент выделил туризм в числе семи приоритетных кластеров развития экономики, туризм получил новый импульс развития. Учитывая современную тенденцию развития туризма можно смело прогнозировать, что в ближайшем будущем, с учетом решения представленных проблем, туризм Казахстана выйдет на международный рынок со своим уникальным туристским продуктом.

Список использованных источников:

1. Вавилова Е. В. Основы международного туризма. Изд. «Гардарики», 2005 г.
2. Новиков В.С. Инновации в туризме. М.: ИЦ "Академия", 2007 г.
3. Проект программы развития Владимирской области, администрация Владимирской области, 2000г
4.Журнал «На стол руководителю» №39-2007 Кризисы в компании, или Искусство видеть сигналы
5.Журнал «На стол руководителю» №41-2009 Турбизнес: год в условиях кризиса
6.Интернет-источник: www.metaphor.ru «Слабые сигналы»

Малюта Людмила
к.е.н., доцент
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м.Тернопіль
Україна

ІННОВАЦІЙНІ ПОГЛЯДИ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В КОНТЕКСТІ АКТИВІЗАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ІНІЦІАТИВ

Сьогодні, як ніколи, питання забезпечення економічної безпеки держави, бізнесу та окремих підприємств є надзвичайно актуальним. Складні фінансові, соціально-економічні та політичні умови в Україні обумовлюють погіршення підприємницького середовища, дестабілізують економічний розвиток сучасних суб’єктів господарювання та приводять до тінізації економіки, втрати соціальної відповідальності, протистояння інтересів бізнесу і держави. Результатом усього цього є збанкрутілі підприємства, безробітні високо-кваліфіковані працівники, соціальна напруга в суспільстві тощо. З огляду на це, сьогодні, в умовах активізації євроінтеграційних процесів, ми повинні по-новому дивитися на дану проблему, враховувати численні події та факти, за якими щоденно спостерігаємо.

Нещодавно Всесвітній економічний форум оприлюднив індекс конкурентоспроможності країн світу, а також оцінив негативні фактори, які найбільше позначаються на веденні бізнесу та на економічній безпеці підприємств [2]. Отримані результати представлено на рис.1.

Рис. 1. Найбільш небезпечні фактори для ведення бізнесу в Україні у 2013-2014 роках

Як бачимо, найбільш небезпечними факторами для ведення бізнесу є: обмежений доступ до фінансів, корупція та поряд з нею – державна бюрократія.

Як зазначають експерти численних міжнародних інституцій, головна проблема у нашій державі – це корупція, і ми повинні із нею активно боротися.

У загальному списку щодо визначення нового індексу – «Індексу економічної свободи», який складає Heritage Foundation спільно з газетою Wall Street Journal, Україна посіла 155 місце зі 178 запропонованих, та останнє – 43 місце серед європейських країн. Загалом економічну свободу у 178 країнах оцінено за десятьма ключовими показниками: права власності, свобода від корупції, фіскальна свобода, державні витрати, свобода підприємництва, свобода праці, монетарна свобода, свобода торгівлі, свобода інвестицій, фінансова свобода.

Згідно оприлюднених даних індекс економічної свободи нашої держави становить 49,3 бали зі 100 можливих. Таким чином, як зазначають експерти, Україна потрапила до групи країн, де придушуються економічні свободи – (49,9 – 0 бали), для порівняння середній показник у світі склав 60,3 бали [3].

Таким чином, бачимо, що економічна свобода в нашій державі страждає від численних «репресій»; найгірші показники з 10 індикаторів Україна отримала за свободу від корупції, свободу інвестицій та фінансову свободу і права власності.

Отже, як свідчать дані проведеного дослідження, і у цьому напрямі домінує корупція.

Згідно оприлюднених наприкінці лютого 2016 року даних рейтингу країн за індексом сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index), складеному Transparency International, Україна цьогоріч зайняла 144-те зі 177 місць із

загального списку. Для порівняння, Росія займає 127-ме місце, Білорусь – 123-тє, Молдова – 102-ге, Польща – 38-ме. Україна ж ділить свою позицію з Камеруном, Іраном, Нігерією, Центральноафриканською Республікою та Папуа Новою Гвінеєю [4].

Аналітики Transparency International зазначають, що країна, яка стабільно залишається в групі «підвищеного ризику», в наступні роки може ще більше погіршити даний показник. Як свідчать дані проведених досліджень, за параметром політичної та фінансової корупції Україна опустилася на 10 пунктів. Основними проблемами ділових кіл є монополізація бізнесу, неможливість довгострокового планування бізнесу, а також його окупація державними корупціонерами. З огляду на це політика української влади у сфері регулювання бізнесу оцінюється вкрай невисоко. Зокрема, як зазначають експерти, процедури отримання дозволів на ведення бізнесу корумпуються все більше, процвітає хабарництво при взаємодії з державними органами тощо [1].

Таким чином, підсумовуючи вищенаведені факти та враховуючи сучасні реалії розвитку нашого суспільства, слід відмітити, що антикорупційна складова повинна відігравати домінантну роль у забезпеченні економічної безпеки держави, підприємництва та бізнесу. Сьогодні ми спостерігаємо перші початкові кроки реалізації антикорупційної політики, зокрема через інституційну реформу правоохоронних органів, прокуратури, судової гілки влади тощо. У даному напрямі створено новий автономний орган – Національне антикорупційне бюро, а також громадська організація – Антикорупційне бюро України, основними завданнями яких є виявлення та розслідування корупційних злочинів, що становлять особливу суспільну небезпеку. Ініціюються й інші проекти на рівні держави, громадськості та бізнесу, які покликані боротися з проявами корупції в нашій державі та бізнесі.

Список використаних джерел

1. Малюта Л.Я. Антикорупційна складова забезпечення економічної безпеки держави та підприємництва / Л.Я Малюта // Матеріали п’ятої Всеукраїнської науково-практичної конференції «Інноваційні засади управління підприємствами в умовах сталого розвитку» (Тернопіль, 25 березня 2016 року.) / МОН України, ТНТУ ім. І. Пулюя [та ін.]. – Тернопіль : ФОП Паляниця В.А., 2016. – 146 с. – С. 69.

2. Международные эксперты оценили, какие факторы мешают ведению бизнеса в Украине : [Електронный ресурс]. – Режим доступу: http://finance.obozrevatel.com/

3. Украина демонстрирует худшие показатели борьбы с коррупцией: [Електронный ресурс]. – Режим доступу: http://im6.kommersant.ru /ISSUES.PHOTO/KOMUA/2013/201/daily_201_5_w990.jpg

4. Україна – найгірша в Європі за рівнем корупції : [Електронный ресурс]. – Режим доступу: http://ua.racurs.ua/news/19206-ukrayina-naygirsha-v-ievropi-za-rivnem-korupciyi

Маркевич Елена
ассистент
Полесский государственный университет,
г.Писк,
Республика Беларусь

НЕОБХОДИМОСТЬ ИЗМЕНЕНИЯ ПРОЦЕССА МОДЕРНИЗАЦИИ

Выявленные проблемы прошедшей и продолжающейся модернизации деревообрабатывающей промышленности свидетельствуют о необходимости создания координирующего центра при проведении модернизации. Нами были выделены основные причины отсутствия успеха в проведенных мероприятиях по модернизации деревообрабатывающей промышлености, основными из них являются: нерационально составленные бизнес-планы, неучтенность рынков сбыта новой продукции, безответственность подрядчиков (нерационально составленные генпланы и нарушение сроков реализации проекта), необоснованный выбор приобретаемого оборудования.

По нашему мнению, преодоление данных факторов самостоятельно предприятием весьма затруднительно. Проводимые мероприятия требуют комплексного подхода, а именно: изучить рынок, выбрать технологию, оценить свои возможности, найти инвестора (кредитора), найти подрядчиков.

Координатором данных процессов может стать концерн «Беллесбумпром». Однако, в состав концерна «Беллесбумпрома» не входят научно-исследовательские отраслевые институты, отсутствуют строительные организации, способные разрабатывать проектно-изыскательские и строительно-монтажные работы. Поэтому необходимо создать структуру, которая в своем составе будет иметь такие институты, организации, специалистов. Данная структура, специализирующаяся на модернизации, будет входить в состав концерна «Беллесбумпром» - отдел модернизации.

Создание такого отдела на базе концерна не противоречит его уставу, т.к. согласно п.8.12 устава концерн «обеспечивает оказание предприятиям концерна строительных, транспортных, технологических, проектно-конструкторских, внешнеторговых, информационных и других услуг» [1].

Специалисты данной структуры, специализирующейся на модернизации, будут консультировать и координировать действия предприятия, проводящего модернизацию. Форма предоставления данных услуг будет оформляться в формате аутстаффинга (на время реализации проекта отдел модернизации концерна «Беллесбумпром» предоставляет во временное распоряжение необходимых специалистов). При чем, специалисты будут выбираться из круга тех работников, которые показали успешный результат в реализации процесса модернизации на собственном предприятии.

Отдел модернизации будет состоять из отделов:

Отдел бизнес-планирования

Отдел инвестиционной деятельности

Отдел регулирования кредитования

Научно-исследовательский отдел

Отдел проектных работ

Отдел юридического сопровождения

Отдел обучения персонала

Согласно п.8.13 устава концерна «Беллесбумпром», концерн «организует подготовку и переподготовку кадров, обеспечивает сочетание профессионального, экономического и правового обучения». Но выделение отдельного отдела при новой структуре обусловлено необходимость обучения персонала, участвующего в модернизационных процессах. Ввод в эксплуатацию нового оборудования требует от работников предприятия определенных знаний и навыков, позволяющих верно и рационально использовать данное оборудование. В данном случае возникает необходимость обучения правилам эксплуатации нового оборудования. В период модернизации деревообрабатывающей промышленности были построены заводы и цеха с новым оборудованием на многих предприятиях. Однако, вопросы адаптации персонала к новому оборудованию не затрагивались. Таким образом, возникает необходимость в обучении работников, обслуживающих новое оборудование.

Данное обучение может быть проведено по двум вариантам.

Обучение по эксплуатации может быть произведено на рабочем месте без отрыва от производства. Проводить обучение должен специалист, владеющий теоретическими знаниями и практическими навыками по работе с данным оборудованием. В связи с этим специалист должен быть направлен в командировку для прохождения обучения и перенятия опыта по эксплуатации оборудования в организацию, которая использует данное оборудование, либо организацию, которая это оборудование устанавливает.

После прохождения обучения специалист организует обучение рабочих на предприятии. С письменного согласия работника ему будет поручено выполнение в течение определенного срока наряду с работой, определенной трудовым договором, дополнительно работы по другой и такой же профессии (должности) за дополнительную плату.

Таким образом, специалист может в течение рабочего дня (смены) выполнять дополнительную работу путем:

- совмещения профессий (должностей);
- расширения зон обслуживания;
- увеличения объема работ.

Поскольку в штатном расписании организации отсутствует должность «учителя», то совмещение профессий (должностей) в данной ситуации применить нельзя, либо необходимо ввести данную должность в штатное расписание организации и разработать должностную инструкцию.

Так же с работником может быть заключено дополнительное соглашение. Дополнительное соглашение – это привязанный к базовому договору документ, который не может быть признан законным при отсутствии основного договора.

Как правило, в функции допдоговора входит дополнение существующих позиций в основном документе, а также их замена и аннулирование.

Кроме того, новые положения о возникших трудовых отношениях продолжают регулироваться и контролироваться профсоюзным комитетом.

Согласно сборнику должностных и производственных инструкций персонала лесной и деревообрабатывающей промышленности предлагаемая функция «учителя» может быть возложена на начальника цеха деревообработки, т.к. в его должностной инструкции написано «организует работу по повышению квалификации рабочих и служащих цеха, проводит воспитательную работу» [2].

Однако, командировка и подготовка такого специалиста с новыми знаниями требует значительных вложений для предприятия. Поэтому представляется целесообразным использование второго варианта.

В процессе обработки древесины используются одинаковые, либо смежные технологии. Поэтому необходимо первоначально произвести подготовку специалистов отдела обучения персонала отдела модернизации, а затем направить их на предприятия для проведения обучающих мероприятий на базе промодернизированных цехов и заводов. Таким образом, каждому предприятию не будет представляться необходимым отправлять своих специалистов на обучение.

Список использованных источников

1. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 8 сентября 1993г. №608 «Вопросы Белорусского производственно-торгового концерна лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности»

2. Персонал лесной и деревообрабатывающей промышленности : сборник должностных и производственных инструкций / Л. В. Труханович, Д. Л. Щур. - Москва :Финпресс, 2008. - 189 с.

Махмудов Ілхом
к.т.н., доцент
Іванов Євген
асистент
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
м. Ніжин
Україна

ІННОВАЦІЙНІ ШЛЯХИ ПРИ РІШЕННІ ПРОБЛЕМ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ С.-Г. ПІДПРИЄМСТВ

В останні роки у умовах ринкової конкуренції виникає необхідність в розвитку питання маркетингу , менеджменту і інновацій та їх використання в наукових розробках. Рішення цих питань дозволить прискорити впровадження новостворених і вдосконалених конкурентоздатних технологій, що істотно поліпшують структуру та якість виробництва, а правильно спланована маркетингова стратегія знизить собівартість, що розширить збут та потенційне коло споживачів.

За останні роки науковцями аграрного сектору були розроблені:

- методика проведення аналітичної частини маркетингових досліджень при створенні нової сільськогосподарської техніки. Створена база даних з патентної інформації (32000 найменувань с.г техніки) для розроблення прогнозів розвитку інноваційної продукції середньострокового періоду (до 15 років). Користувачами можуть бути спеціалісти сільгосппідприємств, фермери, працівники підрозділів з маркетингових досліджень та інші.

- внутрішньогосподарські ціни (до 1000 найменувань) на використання вітчизняної та імпортної техніки, де приведені ціни за використання на основні типи і види сільськогосподарської техніки в грн./год. і $/год.

Економічні відносини між сільгоспвиробниками та технічною інфраструктурою здійснюється через внутрішньогосподарські ціни або тарифи за машинопослуги. Вони визначаються як сума витрат відповідних підрозділів у розрахунку на одиницю роботи або часу використання сільськогосподарської техніки.

Також важливим фактором ціноутворення є функціонування вторинного ринку. Ціна придбання уживаної техніки для подальшої експлуатації виробником сільськогосподарської продукції, не повинна перевищувати залишкової вартості, за винятком тих випадків, коли технічний стан машини дозволяє реалізувати її за вищою ціною без підвищення вартості одиниці робіт, або якщо така купівля викликана господарською доцільністю через незабезпеченість необхідними засобами для виконання технологічних процесів виробництва продукції.

Внаслідок приватизації сільськогосподарських земель, виробничого майна і трансформування економічних відносин АПК в ринкові умови, утворюються нові аграрні структури різних форм власності та господарювання.

Економічний стан держави не дозволяє відчутно і негайно допомогти новим сільгоспвиробникам в оновленні машинно-тракторного парку. Протягом 90-х років кількість засобів механізації на селі скоротилась в 2,5-3 рази, рівень зносу досяг 80-90%. Зменшення кількісного складу засобів механізації, зниження рівня їх технічної готовності призвели до збільшення в 1,5-2,5 рази навантаження на трактори, комбайни та інші машини

Виходом з кризової ситуації є впровадження кооперативних відносин по машиновикористанню та машинообслуговуванню між аграрними підприємствами, а також створення комерційних машиноформувань міжгосподарського типу.

З метою створення науково-обгрунтованого забезпечення організації та функціонування міжгосподарських машиноформувань. лабораторією наукових досліджень з питань інтелектуальної власності та маркетингу інновацій було видано ряд рекомендацій: «Кооперативні форми використання сільськогосподарської техніки», «Використання сільськогосподарської техніки на сумісній основі». В яких визначено, що кооперування, як процес об'єднання коштів, матеріально-технічних і трудових ресурсів і, як форма співпраці на

договірній та взаємовигідній основі, створює реальну можливість сільгосп-виробникам в сучасних умовах ефективно застосовувати високопродуктивну техніку та новітні технології».

В рекомендаціях подані найбільш ефективні форми кооперування господарств у машиновикористанні:

- - неформальні об'єднання сільгоспвиробників зі спільного використання

машин (НООС); машинно-технологічні кооперативи (МТК); машинні товариства зі спільного використання техніки, що об'єдналися землею.

МТК створюються на добровільних засадах невеликими, компактними в географічному відношенні групами сільгоспвиробників виключно для власного машинообслуговування. (Закон України «Про сільськогосподарську кооперацію»).

В рекомендаціях проведена класифікація основних ознак кооперативних форм машинообслуговування вітчизняних сільгоспвиробників.

Впровадження розроблених рекомендацій дасть можливість на 30-35% зменшити витрати на виконання механізованих робіт і на 20-25% зменшити потребу в капітальних вкладеннях на формування технічної бази господарств.

Економічна депресія у вітчизняному аграрному виробництві позначилась і на інженерній службі села. Спрощені структурний і кількісний склад служби, функції спеціалістів; система інженерно-технічного управління на районному рівні втратила зв'язок з реструктуризованими сільськогосподарськими підприємствами, що призвело до падіння коефіцієнту технічної готовності засобів механізації до 0,55-0,60.

З метою вирішення цих проблем були розроблені рекомендації «Інженерна служба села», яка сприяла б успішному функціонуванню усіх форм володіння та користування землею, режиму економії у використанні наявного технічного потенціалу, збільшенню виробництва сільськогосподарської продукції.

Проведеними дослідженнями класифікуються функції і роботи, що виконуються спеціалістами в сфері використання та обслуговування техніки з тим, щоб виділити їх основні ознаки. Визначається поєднання спеціалістами інженерно-технічних функцій в невеликих господарствах. За допомогою статистичного аналізу розроблена методика визначення структури і чисельності інженерно-технічної служби (ІТС) від ряду виробничо-економічних факторів.

Так, для великих господарств рекомендується служба, яка базується на територіальній структурі управління. При такій системі техніка і засоби технічного обслуговування закріплюються за багатогалузевими відділеннями і знаходяться в адміністративно-виробничому підпорядкуванні керівників відділень. Для середніх господарств з компактним розташуванням посівних площ рекомендована ІТС, яка базується на галузевій структурі управління, де ІТС об'єднана в цех механізації і електрифікації. Керівник цеху відповідає за технічний стан машинно-тракторного парку господарства і виробничу діяльність цеху.

Впровадження основних принципів з питань інженерно-технічного забезпечення дасть можливість підвищити коефіцієнт технічної готовності засобів механізації до 0,85-0,9 та продуктивність техніки на 19-22 %.

Список використаних джерел:

1. Формування і реалізація державної технічної політики розвитку матеріально-технічної бази АПК в Україні. Матеріали до 5 –річних зборів Всеукраїнського конгресу вчених економістів-аграрників. К.-2003-С.40-45.

2. Тивоненко І.Г. Первинний облік: стан і вимоги в інженерній службі села// Економіка АПК, 2002.-№10.- С.108-111.

3. Махмудов І.І. Формування ринку технічних засобів в агропромисловому комплексі України//Міжвідомчий науковий збірник ННЦ «Інститут механізації та електрифікації сільського господарства» Глеваха, 2007, Випуск 9 – с.65-70.

4. Федько Р.М., Махмудов І.І. Організація перспективних форм с-г виробничих кооперативів в АПК України // Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції «Сучасні тенденції та перспективи розвитку збалансованого природокористування в агропромисловому виробництві», Ніжин 26-27 березня 2015, ВП НУБіП «Ніжинський агротехнічний інститут» С.165-167

Мацола Андріяна
студентка
Гадецька Зоя
к.т.н., доцент
Черкаський національний університет ім. Б. Хмельницького,
м. Черкаси
Україна

МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринку та високої конкуренції для підтримки конкурентоспроможності продукції чи надання послуги підприємства повинні постійно поліпшувати свою діяльність, що вимагає розробки нових технологій ведення бізнесу і впровадження нових більш ефективних методів управління та організації діяльності даного підприємства. Тому для підприємства є актуальним вибір і використання методологій моделювання бізнес-процесів і відповідного інструменту їх автоматизації.

Метою роботи є дослідження сутності моделювання бізнесів-процесів та проведення їх практичної реалізації.

Моделювання бізнес-процесу - процес відображення суб'єктивного бачення потоку робіт у вигляді формальної моделі, що складається з взаємопов'язаних операцій [1, с.134].

Для моделювання бізнес-процесів використовується декілька різних методів, в основі яких лежить як структурний, так і об'єктно-орієнтований підходи до моделювання. В нашій роботі ми використовуватимемо метод функціонального моделювання IDEF0, та метод моделювання процесів IDEF3[2, с.240].

Моделювання за методологією IDEF0 вважається класичним методом підходу до управління на основі процесів, базовим принципом якого є структуризація діяльності організації у відповідності з її бізнес-процесами [3,с.125].

Для детального вивчення роботи автотранспортного підприємства проводимо декомпозицію загальної контекстної діаграми діяльності підприємства «Ютуз». На діаграмі декомпозиції представлені основні етапи роботи автотранспортного підприємства та послідовність виконання заявки на перевезення вантажу. На рис.1 зображено розширену контекстну діаграму діяльності підприємства «Ютуз».

Рис.1 Розширена контекстна діаграма діяльності підприємства «Ютуз»

На рис.1 зображено послідовні три етапи моделювання (блоки) бізнес-процесів за методологією IDEF0 діяльності підприємства «ЮТУЗ». Декомпозиція контекстної діаграми дозволяє прослідкувати логіку проведення процесу розроблення рекомендацій щодо поставленої задачі перевезення вантажу, яка полягає у наступному: оформлення заявки (А1), процес підготовки вантажу до перевезення (А2), процес здачі товару (А3).

Перший блок бізнес-процесів містить в собі такі управляючі механізми, як оплата послуги, визначення оптимального маршруту, надання кінцевому споживачеві необхідної інформації про вантаж. Контроль за цими механізмами здійснює логістичний відділ (визначає оптимальний маршрут та план перевезень), відділ бухгалтерії(відповідає за формування заявки та занесення даних в базу даних, та оформлення всієї необхідної документації.

Другий блок моделювання бізнес-процесів за методологією IDEF0 включає процеси, пов'язані з підготовкою вантажу до перевезення. Цей процес включає в себе: зважування вантажу, визначення складу товару, погрузка та підписання водієм ТТН (товарно-транспортної накладної) про отримання вантажу. За процес підготовки вантажу до перевезення відповідає технічний відділ та відділ охорони праці.

Третій блок моделі відповідає за процес здачі товару кінцевому споживачеві, що полягає у тому, що водій підписує документ про здачу товару, а кінцевий споживач про прийом товару, та відповідно товар розвантажується. Контроль за виконанням процесів у третьому блоці здійснює технічний відділ, зокрема водій.

IDEF3 - це методологія, що має мету дати можливість аналітикам описати ситуацію, коли процеси виконуються в певній послідовності, а також описати об'єкти, що беруть участь спільно в одному процесі. Побудуємо діаграму в нотації IDEF3 процесу підготовки вантажу до перевезення, зображений на рис.2.

Рис.2 Модель бізнес-процесів підготовки вантажу до перевезення за методологією IDEF3

Як бачимо з рис.2 модель бізнес-процесів за методологією IDEF3, що описує процес підготовки вантажу до перевезення, включає декілька етапів відповідно до того, наскільки далеко знаходиться склад погрузки. Тобто, якщо товар знаходиться близько, то на підприємстві «Ютуз» важиться товар та визначається його склад, якщо далеко, то при погрузці на тому чи іншому складі кількість товару вже вказана.

Таким чином, ми дослідили сутність моделювання бізнес-процесів та практично реалізували на прикладі автотранспортного підприємства «Ютуз» в нотації IDEF0 та IDEF3. Дослідження бізнес-процесів дало змогу виявити та

виокремити основні процеси, що відбуваються на підприємстві, дослідити їх послідовність та зв'язок для того, щоб їх вдосконалити.

Список використаних джерел

1. Калянов Г.Н. Моделирование, анализ, реорганизация и автоматизация бизнес-процессов / Г.Н. Калянов. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 240 с.

2. Інформаційні технології та моделювання бізнес-процесів : навч. посіб. / О. М. Томашевський, Г. Г. Цигелик, М. Б. Вітер, В. І. Дудук. – К. : Центр учбової літератури, 2012. – 296 с.

3. Тупкало В.Н. Мова моделювання бізнес-процесів ЯМТ / В.Н. Тупкало // Світ якості України. – 2005. – № 6-7(10-11). – С. 123-131.

Мельник Лілія
к.е.н., старший викладач
Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя
м. Тернопіль
Україна

ПОСЛІДОВНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НА РІВНІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Більшість авторів сучасних моделей економічного розвитку одностайні в тому, що вихід з кризи не може бути обмежений тільки зміною світової економічної стратегії, господарськими та технічними заходами. Він повинен супроводжуватися глибоким переосмисленням світогляду людини, становленням нової ідеології, нових норм поведінки людей [2, с. 18]. Це обумовило появу концепції сталого розвитку, яка в даний час є одним з найбільш обговорюваних напрямів розвитку людства, наукових досліджень, політичних устремлінь.

У вітчизняних реаліях питання сталого розвитку підприємства здебільшого відображене на рівні туристичної галузі, в той час коли промисловість залишається майже поза полем зору. Враховуючи ступінь впливу промислових підприємств на стан національної економіки, навколишнього середовища та соціальний розвиток вважаємо, що нова якість розвитку може бути досягнена перш за все за рахунок ефективної роботи вітчизняних промислових підприємств, що засвідчує баззаперечну їх роль у реалізації концепції сталого розвитку, під яким визначено такий розвиток, який задовольняє потреби теперішнього часу, проте не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби.

Господарюючі суб'єкти, а особливо промислової сфери, є основним чинником соціально-економічного розвитку окремого регіону та національної економіки загалом, адже вони забезпечують зайнятість населення, виробництво товарів повсякденного вжитку, розвиток знань та навичок суспільства. Водночас

соціально-економічні наслідки оточуючого середовища є основним параметром успіху в бізнесі, особливо в довготривалій перспективі.

Виходячи із принципів загальноприйнятої концепції, пропонуємо трактувати сталий розвиток підприємства з позиції системно-інтегрованого підходу як процес постійних змін, при якому використання ресурсів, напрямок інвестицій, науково-технічний розвиток, впровадження інновацій, розвиток персоналу та інституційні зміни узгоджені один з одним і спрямовані на підвищення рівня поточної діяльності і майбутнього потенціалу підприємства, задоволення його потреб та досягнення стратегічних цілей у гармонії з навколишнім природним середовищем.

Процес впровадження концепції, що стала ідеологією XXI століття, на рівні промислового підприємства є доволі складним, тривалим і суперечливим, оскільки сучасні управлінці розглядають сталий розвиток здебільшого як прерогативу національного рівня, не вбачаючи при цьому місця, ролі й переваг для підприємства зокрема. Поряд з цим, у розвинених країнах дедалі більше зустрічаються підприємств, що обрали дану концепцію як стратегію розвитку. Узагальнюючи набутий досвід зарубіжних підприємств, пропонуємо виділяти такі основні етапи процесу досягнення сталого розвитку промислового підприємства:

1. Усвідомлення важливості та необхідності реалізації концепції сталого розвитку на рівні підприємства. При цьому процес забезпечення сталого розвитку слід розглядати як певну систему – виокремити і зрозуміти ключові взаємозв’язки, причини і наслідки даного процесу. При вирішенні конкретних завдань на рівні окремих бізнес-процесів слід підходити до них якомога ширше, переходячи на завдання все більшого масштабу і в кінцевому рахунку вийшовши на верхній рівень.

2. Усвідомлення головної характеристики сталого розвитку, що проявляється у здатності системи продовжувати функціонувати і розвиватися протягом тривалого часу. Тобто на даному етапі слід виокремити та врахувати усі можливі чинники, умови та обмеження, що можуть позитивно і/або негативно впливати на процес досягнення підприємством сталого розвитку. Важливим завдання реалізації концепції сталого розвитку на рівні підприємства є забезпечення такого розвитку не на короткий період часу, а на довготривалу перспективу.

3. Наявність своєчасної й адекватної інформації про те, що відбувається на підприємстві в усіх сферах його діяльності (які слід зробити більш стійкими), найважливіші тенденції, пов’язані з коливаннями у діяльності підприємства, визначити, які внутрішні елементи, структури і процеси є основними для даного процесу.

4. Вивчення внутрішніх принципів системи бізнес-процесів підприємства, з можливістю виявлення проблемних зон та процесів, що забезпечують ефективну діяльність. У такому випадку управлінці зможуть своєчасно вживати певних заходів щодо управління окремими бізнес-процесами.

5. Визначення конкретних змін, які сприяють розвитку підприємства як системи і направлять її на сталий курс. Для позначення такого роду змін використовується слово «інновація». Види змін можуть включати нові цілі, проекти, технології і підходи, а також нові типи мислення або парадигми.

6. Розроблення конкретних заходів для успішної реалізації задуманих змін на рівні різних бізнес-процесів. На даному етапі дуже важливим є перехід від розуміння того, як система, тобто вся діяльність підприємства, працює, до того, як її змінити. Треба вміти визначити, які елементи системи більш відкриті для змін і де, швидше за все, виникне опір новому рішенню.

7. Реалізація наміченої програми змін. Для цього потрібні стратегія, ресурси, залученість лідерів, підтримка союзників, навички та вміння адаптувати свої плани до обставин, що змінюються. Найважливіший елемент успіху – гнучкість і безперервне навчання. На даному етапі треба бути готовим до того, щоб змінювати плани і адаптуватися до мінливої ситуації.

8. Формування системи моніторингу результатів. Сталий розвиток – процес, який ніколи не завершується, бо сам розвиток є нескінченним.

Підсумовуючи дослідження, варто зауважити, що сучасні умови господарювання та тенденції розвитку засвідчують про незворотну зміну підходів до управління промисловими підприємствами, а відтак й прийняття і реалізації концепції сталого розвитку як прерогативи у процесах євроінтеграції.

Список використаних джерел

1. Андрушків Б. Удосконалення управління природоохоронною діяльністю обслуговуючих підприємств на інноваційних засадах [Електронний ресурс] / Б. Андрушків, Н. Кирич, О. Погайдак // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2012. – Вип. 1 (6). – С. 5-16. – Режим доступу до журн. : http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2012/12abmniz.pdf.

2. Вайсман Я.И. Экологическая политика и экологический менеджмент в странах Европейского экономического сообщества и в России: учеб. пособие. – 2-е изд. испр. и доп. / Я.И. Вайсман. – Пермь : Изд-во Перм. гос. техн. ун-та, 2011. – 487 с.

3. Сталий розвиток – XXI століття: управління, технології, моделі: колективна монографія [Аверкина М.Ф., Андрєєва Н.М., Балджи М.Д., Веклич О.О. та ін.] / НАН України, ДУ «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку НАН України»; НТТУ «Київський політехнічний інститут»; Вища економіко-гуманітарна школа; Міжнародна асоціація сталого розвитку / за наук. ред. проф. Хлобистова Є.В. – Черкаси: видавець Чабаненко Ю.А., 2014. – 540 с.

4. Jurgis K. Staniškis, Valdas Arbačiauskas (2009). Sustainability Performance Indicators for Industrial Enterprise Management. Environmental Research, Engineering and Management, 2009. No. 2(48), P. 42-50.

Метрик Александр
ст. преподаватель
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»
г. Горки
Республика Беларусь

УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ

В процессе инвестиционной деятельности предприятие инвестирует капитал в денежной форме с последующим приобретением необходимых инвестиционных активов и форме реальных (материальных и нематериальных) инвестиционных активов, которые можно использовать для организации производства.

Поставщиком внутренних собственных инвестиционных ресурсов выступает предприятие; внешних собственных ресурсов – учредители, частные и институциональные инвесторы, государство; внешних заемных – финансовые организации, государство, частные предприятия.

Инвестиционные ресурсы предприятия представляют собой капитал в денежной и материальной формах, который формируется предприятием из внутренних и внешних источников и направляется на финансирование инвестиционных проектов, т.е. на приобретение активов, необходимых для организации производственного процесса.

Процесс формирования инвестиционных ресурсов основывается на следующих принципах:

– непрерывность формирования инвестиционных ресурсов предполагает постоянный контроль менеджмента над показателями инвестиционной привлекательности и кредитоспособности предприятия для привлечения капитала в перспективе, накопление внутренних инвестиционных ресурсов за счет нераспределенной прибыли и амортизационных отчислений для осуществления инвестиционных расходов в будущем;

– сбалансированность формирования инвестиционных ресурсов означает синхронность поступления инвестиционных ресурсов с плановыми инвестиционными затратами, отсутствие избыточно привлеченного капитала и его накопление в форме сверхнормативного запаса ликвидности;

– срочность предоставления инвестиционных ресурсов предполагает контроль над своевременностью возврата привлеченного капитала, показателями платежеспособности предприятия;

– возвратность инвестиционных ресурсов означает оценку предприятием возможности погасить задолженность перед инвесторами и кредиторами по привлеченному капиталу;

– платность привлечения инвестиционных ресурсов означает выплату владельцам капитала процентов либо дивидендов. Стоимость инвестиционных ресурсов из различных источников является важным фактором инвестиционного выбора предприятия [1].

Основной целью управления формированием инвестиционных ресурсов предприятия является удовлетворение потребности предприятия в активах для осуществления хозяйственной деятельности в условиях оптимальной структуры инвестиционных ресурсов.

Основными задачами управления формированием инвестиционных ресурсов предприятия являются:

– обеспечение инвестиционными ресурсами в плановом объеме в соответствии с задачами инвестиционной деятельности;

– оптимизация структуры инвестиционных ресурсов по критериям их стоимости и риска неплатежеспособности;

– минимизация затрат по формированию инвестиционных ресурсов из различных источников (выбор кредиторов и инвесторов, условий предоставления инвестиционных ресурсов – ставки процента, срока, способа погашения задолженности);

– обеспечение эффективного использования инвестиционных ресурсов (минимизация запаса ликвидности; выбор наиболее эффективных инвестиционных проектов);

– своевременное погашение основного долга и процентов (дивидендов) по привлеченному капиталу [3].

Процесс формирования инвестиционных ресурсов включает ряд этапов.

Ретроспективный анализ формирования инвестиционных ресурсов предприятия проводится для оценки результативности управления предприятием инвестиционными ресурсами, выявления основных причин, возникавших в предыдущие периоды, проблем с обслуживанием привлеченных средств, а также оценки уровня удовлетворения инвестиционных потребностей предприятия. Ретроспективный анализ проводится по следующим направлениям:

– динамика привлечения предприятием инвестиционных ресурсов из различных источников и их структура (объем заемных и собственных инвестиционных ресурсов; изменение их доли в портфеле инвестиционных ресурсов; использование внешних и внутренних источников финансирования);

– изменение финансовой устойчивости предприятия и его причины (анализируются коэффициенты устойчивого финансирования, обеспеченности собственными оборотными средствами, концентрации средств, финансового левериджа, финансовой независимости);

– структура распределения инвестиционных ресурсов между различными видами инвестиционных активов (динамика стоимости производительных и непроизводительных активов (зданий, сооружений), запасов сырья и материалов, готовой продукции, денежных средств);

– стоимость привлечения капитала из различных источников (оцениваются прямые (проценты и дивиденды, комиссия банка) и косвенные затраты по обслуживанию инвестиционных ресурсов).

Определение потребности предприятия в инвестиционных ресурсах осуществляется по текущей (операционной) деятельности и новым инвестиционным проектам. Текущая деятельность предприятия определяет инвестиции в восстановление изношенных основных средств, их модернизацию, формирование дополнительных запасов сырья, материалов, готовой продукции. Оценка потребности в инвестиционных ресурсах по новым инвестиционным проектам проводится с помощью трех основных методов – балансового, метода аналогий и удельной капиталоемкости – на основе мониторинга рынка инвестиционных активов (стоимости зданий, оборудования, сырья и др.).

Определение объема и стоимости привлечения предприятием инвестиционных ресурсов из различных источников осуществляется на основе анализа внешних и внутренних факторов стоимости инвестиционных ресурсов: мониторинга состояния различных сегментов рынка инвестиционных ресурсов – фондового и кредитного; оценки кредитоспособности и инвестиционной привлекательности предприятия.

Определение оптимальной структуры привлекаемых инвестиционных ресурсов проводится в разрезе отдельных типов инвестиционных ресурсов – собственных и заемных, внешних и внутренних источников финансирования. Оптимальность структуры инвестиционных ресурсов определяется по критериям минимизации стоимости инвестиционных ресурсов и максимизации финансовой устойчивости предприятия.

Формирование схемы финансирования инвестиционных проектов предполагает выбор организационного механизма финансирования (традиционного, венчурного, проектного), определение плана-графика финансирования инвестиционного проекта, а также оптимизацию временной структуры источников финансирования инвестиционной деятельности.

Оценка эффективности политики формирования инвестиционных ресурсов проводится по следующим показателям:

– показатель расширенного воспроизводства активов (совокупные капиталовложения предприятия должны быть выше годового износа внеобротных активов);

– уровень платежеспособности;

– коэффициент самофинансирования;

– уровень финансовой независимости;

– уровень обеспечения инвестиционных потребностей;

– стоимость инвестиционных ресурсов [2].

Список использованных источников

1. Бланк, И.А. Инвестиционный менеджмент: учеб. курс. – К.: Эльга-Н: Ника-Центр, 2002. – 448 с.

2. Бригхэм, Ю. Финансовый менеджмент: пер. с англ. / Ю. Бригхэм, М. Эрхардт; ред. Е.А. Дорофеева. – 10-е изд. – СПб.: Питер, 2009. – 960 с.

3. Мазоль, С.И. Инвестиционный анализ: пособие / С.И. Мазоль. – Минск: БГЭУ, 2009. – 538 с.

Метрик Людмила
ст. преподаватель
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»
г. Горки
Республика Беларусь

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ИНТЕГРИРОВАННЫХ ФОРМИРОВАНИЙ ХОЛДИНГОВОГО ТИПА

Важнейшей особенностью агропромышленного комплекса является более тесная взаимосвязь меду отраслями, входящими в его состав. В современных условиях развитие интеграционных процессов и формирования интегрированных структур имеет определенные особенности, связанные с реформированием агропромышленного комплекса, развитием многоукладности в сельском хозяйстве, использованием преимущественно рыночных отношений.

Практика интегрирования показала, что синергетический эффект согласования экономических интересов достигается только в глубоко интегрированных формированиях, в которых соблюдаются следующие условия:

- сельскохозяйственные, перерабатывающие, агротехсервисные и торговые предприятия образуют единый специализированный технологический комплекс;
- предприятия, входящие в состав интегрированного формирования, теряют юридическую самостоятельность и превращаются в структурные подразделения нового юридического лица. [1]

Одной из эффективных форм межотраслевой интеграции, как показывает мировая практика и имеющийся отечественный опыт, являются агропромышленных формирования холдинговых структур, объединяющих сельскохозяйственное производство, предприятия, поставляющие для сельского хозяйства ресурсы и перерабатывающие его продукцию, а также предприятия по реализации произведенной продукции.

Достижение основной задачи агрохолдинговых формирований, состоящей в увеличении объемов производства продовольствия и повышении эффективности их функционирования, может быть достигнуто, прежде всего, путем совершенствования взаимоотношений между входящими в их состав предприятиями, учитывающих экономические интересы всех участников интеграции, создания условий для производительного труда работников предприятий.

В агропромышленных формированиях холдингового типа за счет инвестирования средств в производство предприятий сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности, остановленного из-за финансовых и

других трудностей, могут быть получены высокие результаты, увеличена сумма прибыли, ее величина в расчете на 1 руб. вложений.

Развитие агрохолдинговых формирований позволяет использовать преимущества крупного специализированного производства, способствует повышению эффективности использования земельных, трудовых, материально-денежных ресурсов, сельскохозяйственной продукции как сырья для перерабатывающих предприятий, защищает участников интеграции от неблагоприятной конъюнктуры на рынках ресурсов и продовольствия, позволяет решить проблемы финансового обеспечения инвестиционных проектов и др. [3]

Основные экономические преимущества интегрированных формирований холдингового типа, являющиеся объективными предпосылками их возникновения и развития, приведены на рисунке 1.

Экономические преимущества интегрированных формирований холдингового типа

- Снижение издержек производства за счет преимуществ крупных его размеров и специализации: технико-технологическая экономия и снижение постоянных затрат на единицу продукции
- Снижение трансакционных издержек на конечную продукцию
- Повышение эффективности использования ресурсов и продукции за счет их рационального распределения между предприятиями холдинга
- Уменьшение налоговых платежей за счет оптимизации налогообложения
- Защита производителей от конкуренции и проникновение на новые рынки
- Использование гибких и новых технологий производства продукции, пользующейся спросом
- Расширение инвестиционной и инновационной деятельности за счет перераспределения имеющихся собственных средств предприятий холдинга и более широкое использование заемных средств за счет повышения привлекательности интегрированного объединения как объекта инвестирования
- Повышение устойчивости производственно-экономической деятельности, снижение финансовых рисков за счет более стабильного обеспечения ресурсами и сбыта продукции, диверсификации производства
- Достижение синергетического эффекта от совместной деятельности входящих в состав холдинга структур

Рис. 1. Экономические преимущества интегрированных формирований

холдингового типа

При формировании агрохолдингов интеграторы (инвесторы), располагая денежными ресурсами и возможностями получения кредитов в банках, создают благоприятные условия для развития производства в целом. В сельскохозяйственном производстве значимость интеграции возрастает в связи с освоением современных технологий, высокопроизводительной техники. [1]

Надо отметить, что потенциальные возможности интеграции не всегда находят практическое воплощение в деятельности предприятий АПК. Это обусловлено недоработками по формированию положений по функционированию различных форм интегрированных структур, их организационно-правовых форм поддержки, по выбору распределений участников по видам деятельности, методов технико-технологического и производственно-экономического управления, способов и конкретных форм ведения финансово-расчетной деятельности. В Республике Беларусь наряду с перспективами имеются факторы торможения интеграционных процессов. Процессы интеграции во многом инициируются и воплощаются по направлению «сверху вниз», тогда как, например, во многих странах ЕС, процессы идут инициативно «снизу вверх». Это означает, что многие идеи остаются не воспринятыми «внизу» в силу их отторжения и неподготовленности в экономическом и психологическом к изменениям многих участников. Из этого следует, что нужны механизмы согласования интересов участников интеграционных процессов. Решение вопросов согласования интересов участников интегрированных структур, должно базироваться на полном и глубоком понимании сущности и конкретных целей интегрирования, факторов структурно-организационных, функциональных, экономических, учете социально-психологических аспектов. Правильно организованное взаимодействие всех участников интегрированной структуры будет иметь положительный синергетический эффект, в случае, когда вклад каждого будет конкретно направлен на достижение общей цели. Такого рода организация работы участников, на наш взгляд, и представляет собой систему эффективного интегрального взаимодействия. [2]

Список использованных источников

1. Запольский, М.И. Кооперация и интеграция в аграрном секторе экономики Беларуси / М.И. Запольский; под ред. В.Г. Гусакова. – Минск: Ин-т экономики НАН Беларуси, 2008. – 318 с.

2. Метрик, Л.В. Основы формирования современных интеграционных структур // Актуальные проблемы экономических, юридических и социально-гуманитарных наук: материалы научно-практической конференции. 23 марта 2015 г. / Под ред. Т.В. Алфёровой. – Пермь: АНО ВО «Пермский институт экономики и финансов», 2015. – С. 105-108.

3. Четвериков, А.В. Совершенствование экономических взаимоотношений между предприятиями агрохолдинговых формирований / А.В. Четвериков // Экономические науки. – 2009. - № 5.

Митько Анастасія
студентка
Волот Олена
к.е.н., доцент
Чернігівський національний технологічний університет
м. Чернігів
Україна

ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ У ГЛОБАЛЬНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Входження країни в інформаційне суспільство вимагає розв'язання великої кількості завдань. Одним із найважливіших серед них є питання формування інформаційного простору..

Слово «інтегра́ція» від латинського - integrum – означає ціле [2]. Взагалі інтеграцію розуміють як процес об’єднання будь яких елементів, а отже якщо розглядати глобальний інформаційний простір у контексті його інтеграції – це означає процес об’єднання інформаційного простору в єдину глобальну інформаційну складову. Цей процес повинен врахувати всі аспекти безпечного перебування інформації у глобальному просторі.

Невідповідність окремих секторів інформаційного простору стандартам розвинутих країн уповільнює темпи входження України до Європейського союзу. Інформаційний простір України на сучасному етапі перебуває в стані становлення та нерівномірного розвитку. Однією зі складових входження України в ЄС є досягнення високого рівня інтегрованості інформації . Низька інформаційна культура українців відлякує інвесторів щодо вкладання коштів в інформаційні технології, працівники сфери ІТ не можуть бути до кінця впевнені що їх інтелектуальні права не порушать «інформаційні пірати».

До основних проблем України на шляху європейської інтеграції належать наступні [1]: недосконалість нормативно-правової бази інформаційної сфери України, неузгодженість термінології, основних положень та принципів національного законодавства з європейським, відсутність єдиної національної системи класифікації інформації, недосконалість системи стандартизації та сертифікації, невідповідність стандартам розвинених країн окремих секторів інформаційного простору України, їх подальше скорочення, національна система зберігання інформації є застарілою, відставання України від розвинутих держав у розвитку вітчизняного сегменту Інтернету, досить висока присутність в інформаційному просторі України ЗМІ іноземних держав, відтік за кордон висококласних фахівців з ІТ, котрі готуються в Україні, обмеження зарубіжних держав у стосунках з Україною стосовно розповсюдження інформації та отримання ІТ, масові порушення в Україні права інтелектуальної власності, відсутність у європейської спільноти об'єктивної уяви про Україну, недостатнє інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності державних органів. Так, основні проблеми інтеграції України у глобальний інформаційний простір та шляхи їх вирішення представлені у таблиці 1.

Таблиця 1

Проблеми інтеграції України у глобальний інформаційний простір та шляхи їх вирішення

Проблеми	Шляхи вирішення
Недосконалість нормативно-правової бази інформаційної сфери України	Розробка та прийняття відповідних державних програм, методичних, нормативних та інструктивних документів для забезпечення завдань розвитку інформаційного суспільства в Україні; планування соціально-економічного розвитку України з урахуванням потреб розвитку інформаційного суспільства із зазначенням очікуваних результатів такого розвитку
Безкарність злочинів з привласнення інтелектуальної власності, масові порушення у цій сфері	Підвищення працездатності державних органів щодо виявлення, оцінки і прогнозування загроз інформаційній безпеці, запобігання таким загрозам та забезпечення ліквідації їх наслідків, залучення міжнародного досвіду з цих питань. Вдосконалення нормативно-правової бази щодо забезпечення інформаційної безпеки, зокрема захисту інформаційних ресурсів, протидії комп'ютерній злочинності, захисту персональних даних, а також правоохоронної діяльності в інформаційній сфері
Відставання вітчизняного сегменту Інтернет	Державна реєстрація доменних імен «ua», розгляд державою економічної рентабельності національного сегменту Інтернет, встановлення єдиних розцінок на Інтернет-послуги
«Відтік мізків» сфери інформаційних технологій	Застосування системного програмно-цільового підходу. Для реалізації цього підходу об’єктами державної політики мають бути законодавство, наука, освіта, виробнича сфера (інфраструктура, технології), економічні умови функціонування галузі, міжнародна діяльність з координацією діяльності органів виконавчої влади у цих сферах. Створення належних умов щодо роботи висококваліфікованих працівників
Недостатність інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності державних органів	Проведення курсів, тренінгів для працівників держсектору щодо підвищення інформаційного забезпечення державних органів, розробка захищених інформаційних систем органів держсектору
Відсутність у європейської спільноти об'єктивної уяви про Україну	Розширення співпраці з провідними міжнародними організаціями з розвитку інформаційного суспільства в рамках міжнародних договорів України щодо науково-технічного співробітництва та міжнародної технічної допомоги
Відсутність підтримки ІТ-галузі з боку держави	Підтримка державою вітчизняного виробництва програмних і технічних засобів інформатизації. Фінансування державою проектів з і створення рентабельних інформаційних систем
Низьке впровадження у деякі сегменти реального сектору економіки інформаційно-комунікаційних технологій	Фінансування загальнодержавних програм, державних цільових програм з впровадження інформаційно-комунікаційних технологій, соціально важливих проектів, таких як забезпечення доступу до інформаційно-комунікаційних технологій у сільській місцевості, а також у важкодоступних районах
Низький рівень глобалізації вітчизняного ІТ - середовища	Реалізація в рамках міжнародних договорів України спільних проектів, які забезпечують інтеграцію України в глобальний інформаційний простір

Ще одна проблема інтеграції інформаційного середовища у глобальний інформаційний простір, на нашу думку в тому, що в українській свідомості закладений міф про безкоштовність інформації. Насправді ж, якісна оброблена інформація має право інтелектуальної власності і оцінюється у вартісному грошовому вимірі.

Входження України в глобальний інформаційний простір та забезпечення її національного інформаційного суверенітету неможливе без максимально повного задоволення інформаційних потреб держави, організацій і громадян по всій території держави. Безперечно, що наявність умов для безпечної інформаційної взаємодії держави, організацій і громадян, рівнодоступності суб'єктів інформаційної діяльності до відкритих інформаційних ресурсів та їхня правова рівність, єдині принципи і загальні правила взаємодії всіх суб'єктів інформаційної діяльності є одним із ознак розвинутого інформаційного середовища.

Актуалізація нових важелів розвитку економіки та посилення ролі інформаційного забезпечення, використання інформаційних продуктів і технологій на базі розвинутого телекомунікаційного зв'язку обумовлюють потребу у розвитку інформаційного ринку як на макро-, так і на мезорівні. Україна повинна прискорити цей процес, для чого необхідна дієва державна підтримка інформаційної сфери, зокрема відповідна податкова політика, нормативно-законодавча база, активізація заходів із боротьби з піратством. Суспільство повинно усвідомити роль інформації та інформаційного ринку для розвитку країни, зокрема її економіки [4].

Отже, в сучасному світі у розвинутих країнах сфера високих інформаційних технологій поступово стає основним джерелом суспільно-політичного зростання, визначає структурні зміни в економіці, забезпечує взаємодію між людьми, різними соціальними групами і громадськими структурами, між громадським суспільством і владою [3]. Україні необхідно повністю виконати безліч реформ в інформаційній сфері, аби постати на міжнародній арені країною з високим рівнем інтеграції інформаційної сфери. Шляхів вирішення проблем інтеграції інформаційного простору безліч, проте необхідно на основі закордонного досвіду обрати саме ті, які приведуть до успішного проведення реформ інформаційної сфери.

Список використаних джерел

1. Боднар І.Р Інтеграційні проблеми України на сучасному етапі / І.Р.Бондар // Зб. наук. праць Актуальні проблеми економічного і соціального розвитку регіону. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://ea.donntu.org:8080/jspui/bitstream/123456789/19760/1/3_Bodnar.pdf
2. Волот О.І. Поняття та значення інформації, знань та інформаційних технологій в умовах розвитку інформаційного суспільства / О.І. Волот // Зб. наук. праць Науково-дослідного економічного інституту «Формування ринкових відносин в Україні». – Київ: НДЕІ, 2011. – Вип. 9 (124). - С.177-180

3. Електронне джерело вільної енциклопедії «Вікіпедія». - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Інтеграція

4. Іванова В. В. Інформаційний ринок: зарубіжні та українські реалії. / В.В.Іванова // Актуальні проблеми економіки : Науковий екон. журнал. – 02/2009 . – N2 . – С. 39-44.

Михайловська Юлія
студентка
Українець Наталя
викладач
Вінницький технічний коледж
м. Вінниця
Україна

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ОБ'ЄКТІВ НЕЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ ДЛЯ ПЕРЕДАЧІ В ОРЕНДУ

Оцінка як важлива функція системи управління передує прийняттю будь-яких рішень щодо нерухомого майна. Вона проводиться професіональними оцінювачами за замовленням власника чи покупця перед укладанням угоди.

Для кращого розуміння сутності процесу оцінки нежитлової нерухомості, її значення необхідне вивчення основних понять та оціночних категорій, що стосуються цього питання. Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність» трактує поняття оцінки як «процес визначення його вартості на дату оцінки за процедурою, встановленою нормативно-правовими актами і є результатом практичної діяльності суб'єкта оціночної діяльності. Професійна оціночна діяльність — діяльність оцінювачів та суб'єктів оціночної діяльності, визнаних такими відповідно до положень цього закону, яка полягає в організаційному, методичному та практичному забезпеченню проведення оцінки майна, розгляді та підготовці висновків щодо вартості майна.»6

Взагалі оцінка нерухомості - це методичне обґрунтування враження експерта про вартість об'єкта нерухомості і процес її визначення (розрахунку) на основі фундаментальних оціночних принципів: корисності, очікування, остаточної продуктивності, попиту і пропозиції, зміни, конкуренції, заміщення, вкладу, пропорційності, оптимальності розміру, залежності, найкращого і найбільш ефективного використання, відповідності навколишнього середовища, відповідності.

Суб'єктами відносин під час оцінки нерухомості виступають: з однієї сторони - фізичні і юридичні особи, що признані ліцензованими оцінювачами; з іншої сторони - замовники, тобто користувачі цих послуг.

Вартість - це міра того, скільки потенційний покупець готовий заплатити за оцінювану власність.

Витрати - це міра витрат, необхідних, для того, щоб створити об’єкт нерухомості, схожий з оцінюваним, або грошові кошти, необхідні для відтворювання власності.

Ціна - це грошові кошти, що сплачують за власність.

Як відомо, під час оцінки нерухомості будь-якого призначення визначають справедливу, реальну вартість. Види вартості комерційної нерухомості підрозділяються на дві групи: вартість обміну і вартість у використанні.

Вартість обміну носить об'єктивний характер і призначена для проведення операцій з комерційною нерухомістю на ринку під час покупки, продажу, передачі в заставу, здачі в оренду і інше. До вартості обміну відносять: ринкову, ліквідаційну, страхову, заставну, орендну.

Вартість у використанні відображає наміри власника або орендаря. Така вартість відображає суб'єктивний характер і відтак заснована на ефективності використання нерухомості у формі доходу, корисності або зручностей. Вартість використання (споживча вартість) відображає цінність об'єкту нерухомості для конкретного власника, який не збирається виставляти об'єкт на ринок нерухомості. Оцінка споживчої вартості об'єкту визначається виходячи із сфери застосування об'єкта і тих фінансово-економічних параметрів, які прогнозуються в майбутньому. До вартості використовування можуть бути віднесені: інвестиційна, балансова, відновна, залишкова, інвентаризаційна, вартість з ціллю оподаткування .

Вартості комерційних об'єктів можна визначити використовуючи один, два або всі три загальновідомі методичні підходи оцінки нерухомості (дохідний, витратний, порівняльний). Вибір методів залежить лише від характеру отриманої інформації, ступеня її точності, навиків і суб'єктивності оцінювача.

Дані методичні підходи можна порівняти по наступних критеріях:

- здатність методів врахувати кон'юнктурні коливання і вартість грошей;
- якість інформації, на основі якої здійснюється аналіз;
- можливість відобразити дійсні наміри продавця і покупця.

Цим критеріям для визначення вартості нежитлової нерухомості за сучасних умов найбільше відповідає дохідний підхід через комерційне її призначення, що обумовлює можливість отримання доходу і можливість наступної перепродажі.

Проте, практика, яка склалася в Україні, віддає перевагу витратному підходу, а найменше застосовується метод порівняльного аналізу продаж. Це зумовлено такими об'єктивними причинами, як нерозвиненість ринку об'єктів нерухомості, адміністративне втручання в ринкові процеси, враження про повноту і достовірність затратного підходу.

В країнах Заходу з розвинутою ринковою економікою витратний підхід застосовують рідко. Поясненням цього є те, що витрати на придбання нерухомості не містять вартості доходів, отриманих в майбутньому. За

соціалістичної системи господарювання держава сама визначала вартість своїх активів, ґрунтуючись на витратах їх відтворення, при цьому вартість землі не враховувалася. Більшість керівників вітчизняних підприємств до цих пір керуються цими поняттями. Проте на сьогодні завжди слід пам'ятати, що витрати на будівництво є лише базисом ринкової вартості та найчастіше бувають або більшими, або меншими останньої.

При цьому витратний підхід для оцінки комерційної нерухомості використовується в таких ситуаціях:

- аналіз нового будівництва;
- визначення варіанту використання землі;
- реконструкції будівель;
- оцінка з метою оподаткування;
- при виявленні зверх доходів;
- оцінка з метою страхування.

За умов переходу до ринку витратний підхід в оцінці є визначальним, оскільки для застосування інших методів вимагається обширна ринкова інформація, яка через нерозвинений ринок відсутня.

Отже, витратний спосіб оцінки комерційного нерухомого майна заснований на застосуванні калькуляції витрат, які пов'язані із створенням і придбанням даного виду майна. Застосовуючи витратний підхід, можна використовувати як реальні витрати, які були пов'язані з покупкою і експлуатацією конкретного об'єкту нерухомості, так і витрати, які необхідні для придбання аналогічного за функціональним призначенням об'єкта.

Витратний підхід до оцінки комерційних об'єктів нерухомості реалізується в декілька етапів:

1. Визначення вартості земельної ділянки, на якому знаходиться об'єкт комерційної нерухомості.
2. Розрахунок відтворювальної вартості або вартості заміщення будівель і споруд.
3. Розрахунок всіх видів зносу - фізичний, функціональний, економічний.
4. Віднімається величина загального зносу від затрат на відтворення чи вартості заміщення будівель, споруд .
5. Визначення вартості об'єкта комерційної нерухомості через сумування вартості землі і вартості будівель і споруд, отриманої на четвертому етапі.

Отже, можна зробити висновок, що оцінка нежитлової (комерційної) нерухомості має бути не тільки всесторонньо обґрунтована розрахунками, але й містити значення факторів і ситуації ринку на певний момент, що базується на знаннях, інтуїції. Тому, подальше вдосконалення і оптимізація цього суспільного процесу є надзвичайно важливим, а особливо в період становлення та розвитку ринкових відносин у сфері комерційно-виробничої нерухомості.

Список використаних літературних джерел.

1. Закон України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» // Відомості Верховної Ради. - 2001. -№ 47.
2. Національний стандарт №2 «Оцінка нерухомого майна». Затверджений постановою Кабінету Міністрів України від 26 жовтня 2004 року №1442.
3. Методика оцінки майна. Затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 10 грудня 2003 року № 1891 // Державний інформаційний бюлетень про приватизацію. - 2004. - №2. - С.22-44.
4. Асаул А.М., Павлов В.І., Пилипенко І.І. Економіка нерухомості/ А.М.Асаул, В.І.Павлов, І.І.Пилипенко- К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004. - 350 с.
5. Игнатов Л.Л. Экономика недвижимости: Учебно-методическое пособие./ Игнатов Л.Л - М.: Изд-во МГТУ им. Н.Э.Баумана, 2003. - 168 с.
6. Микерин Г.И. Методологические основы оценки стоимости имущества/ Г.И.Микерин - М.: ИНТЕРРЕКЛАМА, 2003. - 688 с.

Михнюк Кристина
студентка
Колесникович Диана
студентка
Новик Татьяна
ст. преподаватель
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

КРЕДИТОВАНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Малые предприятия играют большую роль в развитии экономики западных стран, где на их долю приходится в среднем 2/3 всех занятых – не менее 50% в каждой стране. У этих предприятий много преимуществ. Прежде всего, они отличаются гибкостью, поэтому больше способны к инновациям, быстро продвигаются на новые рынки и разрабатывают новые изделия.

В Республике Беларусь, как и в других государствах с переходным типом экономики, малое предпринимательство находится в стадии становления. Субъекты МСП нуждаются в дополнительных средствах как на начальном этапе своей деятельности, так и дальнейшем развитии бизнес-отношений. В этих целях предприниматели в отсутствии собственных средств активно используют заемные. Поэтому МСП и индивидуальное предпринимательство в условиях нехватки собственных средств и государственного финансирования, недостаточного притока в

страну прямых иностранных инвестиций могут существовать и развиваться существенным образом с помощью различного рода банковского финансирования. В связи с этим наиболее распространенной банковской услугой для субъектов малого и среднего бизнеса является *кредитование.*

Рис. 1.- Кредиторская задолженность средних, микро- и малых

	2011	2012	2013	2014	2015
Малые организации	18275,8	36662,9	48907,7	70960,8	89347,9
Микроорганизации	10976,8	24371,5	32644,3	46544,2	19932,5
Средние организации	12560,5	30510,9	37240,7	49134,7	56464

организаций по областям и г. Минску (на 1 января 2012-2015 гг.; миллиардов рублей)

Примечание – Собственная разработка на основании источника [1].

Сегодня организациям банковская система предоставляет на выбор огромное количество кредитных продуктов: овердрафт, лизинг, RCA, мультивалютные кредитные линии, инвестиционные, финансирование энергоэффективных проектов в рамках проекта BelSEFF и т. д. Это многообразие объясняется довольно высокой конкуренцией банков в борьбе за клиента. Практика показывает, что предприниматели предпочитают брать кредиты не в тех банках, где низкие процентные ставки, а где хорошее качество банковского обслуживания и лояльные условия для кредитополучателей.

В настоящее время субъекты МСП сталкиваются с рядом проблем кредитования и финансирования, возникающих в процессе их сотрудничества с банками. К числу наиболее важных проблем, с которыми сталкиваются субъекты бизнеса при кредитовании можно отнести высокую цену кредитного ресурса. В то время как за рубежом организациям доступны кредиты от 1 % годовых, в Республике Беларусь стоимость кредитов в банках в белорусских рублях за период январь-декабрь 2015 г. составила 35,5% [2]. Стоимость коммерческих кредитов банков сдерживает развитие МСП в Беларуси, однако резкое снижение процентных ставок на рынке коммерческого кредитования на современном этапе невозможно ввиду сложившейся макроэкономической ситуации. Кроме этого организациям нужно еще и соответствовать определенным параметрам: кредитоспособности и

кредитонадежности. Отсутствие текущей просроченной задолженности, наличие приемлемой кредитной истории – это минимум, что требуется от кредитополучателя.

Вторая проблема – обязательное целевое использование кредита. Без указания целевого использования организациям доступны только микрокредиты, т. е. займ в размере до 15 000 базовых величин. Для начинающего бизнеса широко практикуется микрокредитование через земельные банки (т.е. банки, выдающие долгосрочные ссуды в основном под залог земли) либо микрокредитные фонды (с участием банков-агентов). Как показывает международный опыт, микрофинансовые организации наиболее эффективны в предоставлении займов МСП, нежели обычные коммерческие банки, а, следовательно, развитие микрофинансирования наилучшим образом может решить данную проблему и в Беларуси.

Следующая проблема – отсутствие банковского венчурного финансирования. Так называемые «стартапы» кредитуются лишь немногими банками (ЗАО «МТБанк», ОАО «Белгазпромбанк», ЗАО «Идея Банк») и на довольно жестких условиях: минимум 30 % собственного участия либо дополнительный залог на эту сумму, обязательные поручительства и залог имущества, наличие достойного бизнес-плана. И даже это не гарантирует, что предоставление кредита будет одобрено кредитным комитетом.

Также особенно остро ощущается ограниченность кредитования в иностранной валюте. Все началось 15 января 2014 г., когда было опубликовано постановление Правления Национального банка № 3 от 4 января 2014 г. «О внесении изменений в постановление Правления Национального банка Республики Беларусь от 13 ноября 2012 г. № 577». Согласно постановлению № 577 кредиты в иностранной валюте предоставляются в безналичном порядке путем перечисления банком иностранной валюты в оплату расчетных документов, представленных кредитополучателем, на счета нерезидентов Республики Беларусь, а также резидентов Республики Беларусь в случаях, предусмотренных законодательством. Кроме того, из всех резидентов Республики перечисление иностранной валюты было разрешено только на счета ОАО «Газпром трансгаз Беларусь» за поставляемый природный газ. Впрочем, запрет не является абсолютным, и из постановления № 577 есть исключения. Они были описаны еще в 2012 г. специальным письмом Национального банка от 20 ноября 2012 г. № 04–18/453 «О применении норм постановления Правления Национального банка Республики Беларусь от 13 ноября 2012 г. № 577». В нем было сказано, что постановление № 577 не распространяется на привлечение резидентами кредитов от банков-нерезидентов, а также на кредиты, предоставляемые банками Республики за счет связанных с этими кредитами по срокам, суммам и валютам ресурсов нерезидентов. Кроме того, была предоставлена возможность осуществления расчетов по внешнеторговым договорам посредством аккредитива. Таким образом, было ограничено кредитование за счет внутренних источников иностранной валюты и стимулировано ее привлечение из-за рубежа. Однако Национальный банк Беларуси предпринял меры по обеспечению доступности кредитов субъектам малого и среднего предпринимательства, издав постановление от 28 февраля 2014 г. № 116. Документом установлено, что «кредитование субъектов малого и среднего предпринимательства в иностранной валюте за счет средств кредитов (займов), привлеченных на основании соглашений с

международными и иностранными финансовыми и кредитными организациями, может осуществляться с последующей продажей этих средств на торгах «Белорусской валютно-фондовой биржи» для расчетов с резидентами Беларуси, связанных с приобретением (реконструкцией, строительством, ремонтом) объектов основных средств, сырья, материалов, комплектующих изделий, полуфабрикатов, предназначенных для собственной производственной деятельности, за исключением торговой, посреднической, лотерейной деятельности, деятельности в сфере игорного бизнеса, электронных интерактивных игр». Это, несомненно, уверенный шаг к возвращению свободного валютного кредитования.

Серьезно сдерживает процесс кредитования МСП проблема залогового обеспечения, которое является одним из ключевых факторов риска при выдаче кредита. Для того чтобы получить банковский кредит, предприниматели должны предоставить банку ликвидный залог в виде оборотных средств, собственного движимого или недвижимого имущества или же имущества третьих лиц, а также гарантией для банков служит поручительство третьих лиц.

Необходимо отметить проблему низкой финансовой и юридической грамотности кредитополучателя. Немалая часть представителей МСП не могут предоставить всех необходимых документов вследствие недостаточной грамотности и некачественного ведения отчетности. Некоторые предприниматели не могут составить грамотный бизнес-план, технико-экономическое обоснование проекта, тем самым имеют слабое представление о том, как грамотно использовать полученные в кредит денежные средства.

Перспективы кредитования малого и среднего бизнеса в Республике Беларусь следующие:

- понижение ставок по кредитам в национальной валюте, зависящее от изменений ставки рефинансирования, вследствие улучшения макроэкономического климата в стране и укрепления национальной экономики в целом;
- свободное кредитование в иностранной валюте;
- повышение качества кредитования вследствие внутреннего развития банковской системы, учитывая международный опыт;
- развитие банковского венчурного финансирования.

Список использованных источников

1. Малое и среднее предпринимательство в Республике Беларусь: Стат. Сборник / Национальный статистический комитет [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/publications/izdania/public_compilation/index_667/ – Дата доступа: 05.03.2016.
2. Статистический бюллетень Национального банка Республики Беларусь: Стат. Сборник / Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://www.nbrb.by/publications/bulletin/Stat_Bulletin_2016_01.pdf – Дата доступа: 18.03.2016.

Мірзоєва Тетяна
к.е.н., доцент
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

СТРАТЕГІЇ ВИРОБНИКІВ ПРОДУКЦІЇ ЛІКАРСЬКОГО РОСЛИННИЦТВА В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Під стратегію переважно розуміють довгостроковий план роботи, стратегія дає відповіді на ключові питання – що собою представляє той чи інший бізнес сьогодні; яким він має стати завтра; які його основні товари, функції, ринки; що потрібно зробити, щоб досягти певних цілей? Зважаючи на ці ключові засади розробки стратегії, можна окреслити стратегічні напрямки діяльності виробників продукції лікарського рослинництва в умовах сучасності.

Перш за все, варто відмітити що існують різні види підприємницької діяльності в даній галузі й виробники лікарського рослинництва, розробляючи стратегію, мають визначитися чим вони будуть займатися: - вирощувати сировину для того, щоб здавати переробним, косметичним, парфумерним або харчовим підприємствам; - здійснювати заготівлю, сушіння, переробку й реалізацію лікарських трав; - виробляти й реалізовувати кінцеві продукти лікарського рослинництва, наприклад, настої та збори лікарських трав тощо. Стратегія підприємства може передбачати як якийсь один напрямок діяльності, так і поєднувати декілька. Наприклад, ТОВ «Фітосвіт ЛТД», яке функціонує з 2007 року на вітчизняному ринку, спеціалізується на вирощуванні лікарських трав і рослин методом органічного землеробства, оптовій реалізації сировини (насіння, висушених квітів, коренів), а також на виробництві дієтичних добавок у формі фіточаїв (33 найменування) [3].

Прикладом ефективної реалізації стратегії щодо заготівлі, зберігання, переробки лікарських рослин і випуску кінцевого продукту є діяльність вітчизняного приватного підприємства «Едель», яке засноване в 2001 році в м. Львів. Початковою метою діяльності підприємства було забезпечення українського фармацевтичного ринку якісною, екологічно чистою продукцією на основі рослин, а також заготівля та гуртова торгівля рослинною сировиною. А вже з 2005 р. підприємство почало розвивати такий стратегічний напрямок як виробництво фіточаїв і в 2008 р. асортимент налічував уже 56 найменувань фіточаїв. Окрім того, підприємство почало випускати на ринок чаї плодово-ягідні та фітованни для купання дітей. Наступним кроком стало використання властивостей рослин не лише в цілях харчування, а й в інших сферах життя людини. На даний час підприємство виготовляє під торговою маркою «Едель»**:** - фіточаї (65 найменувань); - фітокомпозиції (12 найменувань); - чаї плодово-ягідні (3 найменування); - фітованни для купання дітей (8 найменувань); - гірчичний порошок для зовнішнього застосування в оздоровчо-профілактичних цілях; - гірчичники-пакети (4 найменування); - пластирі для медичного

використання (8 видів – більше 54 найменувань); - засіб для миття дитячого посуду »Екоблиск» [2].

Якщо підприємство планує займатися повним циклом виробництва лікарських зборів, то при такому варіанті його стратегія має охоплювати наступні етапи: вирощування сировини, збір, сушіння, переробка, упаковка та реалізація. Для вирощування потрібно організувати плантацію, що потребує купівлі земельної ділянки, техніки, насіння, добрив. Прикладом реалізації такої стратегії є діяльність ТОВ «Калина» – єдиного фармацевтичного підприємства в Республіці Білорусь, яке в повній мірі забезпечує себе власною сировиною для виробництва лікарських засобів. Підприємство має у своїй власності: більше 190 га сільськогосподарських угідь, на яких вирощується 24 види лікарської рослинної сировини (трава, листя, плоди, корені й кореневища); комплекс необхідної техніки й обладнання, сучасний сушарний і подрібнювально-сортувальний комплекси. Завдяки цьому ТОВ «Калина» – перша компанія за асортиментом лікарських засобів на основі рослинної сировини в Білорусі [1].

По-друге, стратегія безпосередньо виробників лікарського рослинництва має передбачити: 1) розробку інноваційних технологій вирощування лікарської сировини, впровадження аграрних технологій із мінімальними витратами та шкодою для навколишнього середовища, максимальним економічним ефектом від впровадження технологій; 2) забезпечення відповідності рослинної сировини вимогам діючого українського законодавства, нормативною і технічною документацією, сертифікацію сировини за європейськими вимогами.

По-третє, стратегія виробників лікарського рослинництва має окреслити шляхи збуту продукції. Практичний досвід свідчить, що лікарські рослини можна реалізовувати декількома каналами. Це можуть бути пункти прийому лікарської сировини, аптеки, фармацевтичні підприємства, що виробляють ліки на рослинній основі чи власний пункт продажу лікарських рослин. Наприклад, ТОВ «Камелія-ЛТ», що здійснює свою діяльність з 2007 року на території Російської Федерації, реалізує лікарські рослини через аптечні мережі, оптові фармацевтичні мережі, дистриб»юторів [4].

Створення власного пункту продажу лікарських рослин є доволі перспективним каналом реалізації, але він потребує додаткових знань, додаткових вкладень й найму відповідних спеціалістів. Це пов’язано з тим, що покупці часто не знають, що конкретно їм потрібно й прагнуть отримати пораду фітотерапевта (спеціаліста в сфері лікування хвороб за допомогою лікарських трав) і фармацевтів. Відкриваючи пункт продажу лікарських рослин, доцільно організувати при ньому пункт прийому дикорослих трав від населення. Це дозволить за короткий період зібрати й реалізувати значні партії товару [5].

Плануючи реалізацію продукції лікарського рослинництва, потрібно забепечити зручну й функціональну упаковку, враховувати популярність того чи іншого виду товару.

Окрім того, стратегія виробництва продукції лікарського рослинництва вимагає врахування переваг і недоліків даної сфери бізнесу. До основних переваг

наразі можна віднести: 1) низьку насиченість ринку, так як існує велике різноманіття лікарських рослин і підприємці поки що не в змозі задовольнити всі потреби споживачів; 2) можливість отримання прибутку навіть без капіталовкладень, якщо займатися збором дикорислих рослин; 3) порівняно високі доходи, що забезпечує переробка природної сировини внаслідок малих витрат, необхідних на обладнання, а також постійного попиту на цей вид продукції; 4) високу рентабельність. Основним недоліком лікарського рослинництва як бізнесу, який потрібно враховувати при формуванні стратегії діяльності, є те, що збирання рослинної сировини можна здійснювати тільки в певні сезони (кінець весни, літо, початок осені), а реалізація відбувається цілорічно. В зв'язку з сезонністю виробництва, підприємці в зимові місяці можуть отримати збитки, якщо сформують недостатні запаси сировини.

Список використаних джерел

1. Выращивание лекарственных растений [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://oookalina.by/index.php?page=ru-lecrast
2. Історія підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.edel.ua/uk/istoriya-pidpriiemstva
3. Перший в Україні сертифікований по євро стандартам виробник і переробник лікарської рослинної сировини Фітосвіт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.phytosvit.com
4. Производитель лекарственных трав – ООО «Камелия-ЛТ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kamelia-lt.ru/index.php/o-kompanii
5. Разновидности бизнеса на травах [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://namillion.com

Мічурін Дмитро
голова
Ахметов Ілляс
к.е.н., керівник міжнародного відділу
ГО «Українська асоціація молодих фермерів»
м. Житомир
Україна

ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНОГО АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА

Україна взяла курс на інтеграцію до Європейського Союзу, що зумовлює необхідність підвищення конкурентоспроможності вітчизняних аграрних підприємств через покращення якості продукції до вимог міжнародних стандартів. Зрозуміло, що досягти підвищення ефективності та прибутковості вітчизняного аграрного виробництва неможливо без впровадження сучасних технологій та залучення достатньої кількості кваліфікованих спеціалістів. Разом з тим, у сільському господарстві України спостерігається постійне скорочення чисельності працівників і значне погіршення їх якісного складу. У такій ситуації

постає гостра потреба у визначенні чинників, що впливають на скорочення кількості кваліфікованих кадрів, пошуку шляхів кількісного і якісного оновлення трудових ресурсів аграрного виробництва України.

Проблема забезпечення вітчизняного сільськогосподарського виробництва кадрами існує досить тривалий період часу, проте в останні роки вона набула найбільшої актуальності. Не дивлячись на те, що аграрні вищі навчальні заклади України щорічно випускають молодих спеціалістів, на сьогоднішній день, 40% вітчизняних аграрних підприємств мають потребу у робітниках виробничих спеціальностей (для порівняння лише 6% – у бухгалтерах, економістах та аналітиках), 51% з них, у зв'язку з надзвичайно гострою потребою у кадрах, готові найняти випускників сільськогосподарських спеціальностей без досвіду роботи та навчати їх на власному виробництві, ще 25% готові надавати робочі місця іноземцям [1]. Виникає питання стосовно того, чому попит вітчизняних аграрних підприємств на робітників не задовольняється молодими спеціалістами, яких щорічно готують навчальні заклади України?

Результати нашого дослідження показали, що серед причин, які впливають на брак кадрів у аграрному секторі, основними є, з одного боку, небажання молоді працювати у сільській місцевості, а з другого, – невідповідність знань та навичок випускників аграрних навчальних закладів вимогам сучасного виробництва. Відсутність у молоді бажання працювати у сільській місцевості пояснюється багатьма факторами, серед яких: низька оплата праці та нерозвинута соціальна інфраструктура села, що не дозволяє у повній мірі задовольняти фізичні, матеріальні та духовні потреби молодих робітників та членів їх родин. В свою чергу, аграрні підприємства, як правило, зустрічаються з ситуацією, коли молодий спеціаліст з неповною або повною вищою освітою не здатен виконувати свої робочі обов'язки у зв'язку з браком необхідних знань та навичок, що змушує підприємців наймаючи працівника або втрачати час на навчання спеціаліста в умовах власного виробництва, або завчасно вимагати мінімального попереднього досвіду за спеціальністю.

Таким чином, проблему забезпечення аграрного виробництва кадрами можна умовно поділити на: залучення достатньої кількості молодих людей до виробничих спеціальностей аграрних навчальних закладів, покращення якості підготовки молодих спеціалістів та створення умов для мотивації їх до праці у сільській місцевості.

Формування освічених спеціалістів для аграрної сфери безумовно починається з залучення молоді до сільськогосподарських навчальних закладів. Серед факторів, що впливають на вибір відповідної спеціальності: 40% – вплив батьків (їх рішення залежить від відстані до навчального закладу, вартості навчання, перспективи подальшого працевлаштування тощо) [1]; 26% – престиж спеціальності та освітньої установи, 16% – можливість стажування за кордоном підчас навчання [3]. Проте, нажаль, останнім часом з'явився новий фактор, який суттєво впливає на вибір спеціальності для 18% респондентів – достатня кількість балів з предметів сертифікату зовнішнього незалежного оцінювання [4].

На наш погляд, вагомим кроком на шляху залучення абітурієнтів виступають агітаційні заходи, які мають бути реалізовані аграрними навчальними закладами при врахуванні наведених вище факторів впливу на вибір майбутньої спеціальності молоддю. Такі заходи повинні проходити завчасно, оскільки 32% підлітків приймає рішення щодо вибору майбутньої спеціальності у першому півріччі останнього року навчання, 26% – після зовнішнього незалежного оцінювання, 18% – перед реєстрацією до зовнішнього незалежного оцінювання [2]. Важливим фактом є те, що 32% опитаних абітурієнтів прийняли рішення щодо вступу на сільськогосподарські спеціальності після зустрічі з викладачами навчального закладу, куди вони поступають [3]. Тому до участі у агітаційних заходах доречно залучати викладачів освітніх установ.

Одним з фундаментальних питань підготовки сучасних фахівців для сільського господарства є відповідність знань та навичок випускника навчального закладу вимогам аграрного виробництва. Така відповідність може бути досягнута завдяки: посиленню зв’язків між вузами та с.-г. підприємствами; удосконаленню навчальних планів освітніх установ з урахуванням вимог агробізнесу; підвищенню кваліфікації викладачів; запровадженню обов’язкового практичного стажування студентів в умовах реального виробництва (у тому числі за кордоном); впровадження у навчальний процес сучасних ІТ та технологій виробництва й переробки сільськогосподарської продукції; пошуку альтернативних джерел фінансування аграрних навчальних закладів тощо.

Окремої уваги заслуговує практичне стажування студентів та молодих спеціалістів в умовах кращих сільськогосподарських підприємств провідних аграрних країн світу, як вагома складова підготовки сучасних фахівців. Участь молоді у програмах міжнародного стажування дозволяє отримати практичний досвід з сучасних технологій, зрозуміти, що агробізнес – це прибуткова справа при використанні сучасних технологій та менеджменту, а також підвищити рівень володіння іноземною мовою. Для освітньої установи реалізація міжнародного стажування студентів – це розвиток міжнародної діяльності, підвищення престижу вузу, сприяння зацікавленості абітурієнтів у аграрних спеціальностях та мотивація студентів до кращого навчання.

Вирішення кадрового питання для сільськогосподарського виробництва має враховувати той факт, що переважна більшість абітурієнтів аграрних спеціальностей – сільська молодь. Тому виникає об’єктивна необхідність не лише покращити рівень освіти, проводити пропаганду роботи у агробізнесі, а розвивати інфраструктуру сільської місцевості, щоб випускники бажали повернутись в село після отримання диплому.

Безумовно, формування сучасного кадрового потенціалу для аграрної сфери неможливе без створенні умов за яких молодь буде самостійно обирати аграрні спеціальності та за власним бажанням працювати у сфері сільськогосподарського виробництва. А це означає, що разом з залученням більшої кількості абітурієнтів до с.-г. навчальних закладів, покращенням

сучасної аграрної освіти шляхом впровадження сучасних технологій, підвищенням кваліфікації викладачів, максимальним наближенням навчальних планів до вимог аграрного бізнесу тощо, необхідно розвивати агробізнес, пропагувати його перспективність й важливість, а також розвивати інфраструктуру сільської місцевості. Таким чином, створення сучасного кадрового потенціалу для вітчизняного сільського господарства має бути частиною єдиної комплексної стратегії розвитку аграрної сфери та сільських територій України.

Список використаних джерел

1. Ринок праці в аграрному секторі України. УКАБ Сервіс AgriSurvey [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.agrisurvey.com.ua/uk/services/multiclient/job

2. Мартинюк Н.В. «Кадровий голод» у сільському господарстві: причини, особливості та шляхи подолання / Н.В. Мартинюк / Наука й економіка: економіка АПК. – 2014. – №3 (35). – С.121-126.

3. Ковтун О. Рівень підготовки агрофахівців не співпадає з вимогами сучасного агробізнесу / О. Ковтун // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://agravery.com/uk/posts/show/olena-kovtun-riven-pidgotovki-agrofahivciv-ne-spivpadae-z-vimogami-sucasnogo-agrobiznesu

4. Кузнецов А.О. Майбутня спеціальність та вищий навчальний заклад: мотивація вибору / А.О. Кузнецов, Н.В. Калінкіна, А.Г. Герасименко, Л.А. Іванова, С.В. Приживара // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kbuapa.kharkov.ua/e-book/db/2013-2/doc/6/01.pdf

Мойсеюк Александр
студент-магистрант
Паршутич Ольга
к.э.н., доцент
Полесский государственный университет
г.Пинск
Республика Беларусь

ОЦЕНКА ХОЗЯЙСТВЕННЫХ РИСКОВ НА ОАО «ПРУЖАНСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ»

ОАО «Пружанский молочный комбинат» является одним из ведущих предприятий молочной отрасли по производству полутвёрдых сычужных сыров и занимает одно из ведущих мест Брестском в регионе по данному показателю.

Хозяйственная деятельность в ее любом виде сопряжена с определенностью или неопределенностью ситуаций, которые обусловливают принятие возможных альтернативных решений и действий. При определенности условий и ситуаций цели и задачи являются детерминистическими. Они характеризуются

закономерностями и строгой причинной зависимостью между состоянием явлений и событий и относительной независимостью их свойств друг от друга.

Хозяйственные риски представляют собой элементы внешней и внутренней среды, которые могут иметь влияние на способность организации добиваться успеха и приносить пользу своим клиентам в будущем**.** Риски могут зависеть от клиентов, тенденций рынка, поставщиков или партнеров. Предприятие должно вовремя предугадывать рисковые ситуация, вырабатывать стратегию по нивелированию их влияния. Рассмотрим некоторые из них:

- Слияние либо поглощение компании: на протяжении многих лет ОАО «Пружанский молочный комбинат» тревожат различными попытками реорганизации. Так завод динамично развивался, пережив тяжёлый период 90-х годов и начала 21 века. Развивая сырьевые зоны, предприятие широко вышло на рынок цельномолочной продукции Республики Беларусь, твёрдого сыра, масла сливочного. В 2009 году было решено продать цех цельномолочной продукции компании СООО «Юнимилк». В итоге номенклатура производимой продукции с 43 сократилась до 5 позиций. Были попытки полностью выкупить завод, однако удалось отстоять свой суверенитет.

- Вхождение новых конкурентов: как всем известно, рынок продуктов питания развивается очень динамично. Так, за последние годы в республике появились предприятия, предлагающие сыры различных видов. Если раньше потребитель был менее требовательный к продукту, так сейчас традиционные виды, хоть и занимают большую удельную долю, но постепенно уступают место сырам голландского типа, а также эксклюзивным сырам с добавками. Если твёрдые сыры, которые также набирают большую популярность, комбинат может наладить выпуск, то производство мягких сыров, к сожалению, нет.

- Технологические изменения: последние тенденции в ритейле диктуют условия уменьшения веса единицы продукта. Покупатель заинтересован иметь большой ассортимент сыра, однако, вес головы, равный 7-10 кг. в зависимости от вида, зачастую отпугивает и не устраивает. Европейские производители перешли на предложение головы, весом 3-4 кг. Так как сырные пресса были поставлены в 2010 году, переход к уменьшению веса будет осуществлён не в ближайшем будущем. Наряду с переходом продажи масла только в фасованном виде, фасовка сыра приобретает всё большую актуальность. В соответствии с санитарно-эпидемическими нормами, для нарезки сыра должна быть специально оборудованная комната, а также срок реализации разрезанной головы равен 6-ти часам. Для магазинов с небольшой проходимостью эти правила просто невыполнимы. Поэтому они все активно переходят на продажу только сыра, фасованного на заводе. Тоже самое касается предприятий общепита. Весьма сильная в этом плане сторона на предприятие – это фасовка сыра формы евроблок, на 5 равных частей. В результате получаются бруски весом 2,5-3 кг., которые очень удобны в сфере общепита.

- Изменения экономического характера: ухудшение экономики страны, сказывающееся на падении потребительского спроса, очень чувствительно

откликается на реализации сыра. В момент ухудшения благосостояния, потребители склоны отказываться от дорогого продукта и переходить к более доступному. На предприятии пока не внедрена система, позволяющая быстро отреагировать на такие изменения.

- Нормативно-правовые изменения: как во всех сферах деятельности, существует вероятность изменения законодательства не в пользу производителя. Так, существует ограничение роста отпускной цены на внутренний рынок в пределах 2-3 процентов в месяц на весовой сыр, в то время как цена на компоненты формируется свободно. В результате, многие позиции в течении 2-3 лет становятся нерентабельны.

Резюмируя, стоит сказать: на протяжении анализируемого периода ОАО «Пружанский молочный комбинат» развивается весьма успешно и динамично. На предприятии модернизированы все производственные участки, налажена сырьевая база, отработаны каналы сбыта продукции. Выпуская конкурентоспособную продукцию, заводу удаётся обеспечить хорошую репутацию у потребителей, а также устойчивое финансовое положение. Однако, несмотря на достигнутые результаты, существует достаточно большой потенциал, который необходимо развивать и реализовать, а также существуют узкие места в производственных и организационных процессах, которые необходимо ликвидировать, дабы не выпасть с конкурентной борьбы.

Список использованных источников:

1) Шаршукова Л.Г. Риски в предпринимательской деятельности. / Л.Г. Шаршукова // ИНФРА-М, 2006. с. 151.

Молчан Мария
студентка
Орлович Яна
студенка
Чернорук Светлана
ст. преподаватель
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ПРЯМЫЕ И КОСВЕННЫЕ МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦЕН НА ПРОМЫШЛЕННУЮ ПРОДУКЦИЮ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В условиях перехода Республики Беларусь к рыночным отношениям цены становятся важнейшей сферой экономических преобразований. Ценовая политика, принципы формирования и регулирования цен должны соответствовать современным требованиям развития демократического общества.

По своей сути процесс ценообразования – это установление цены на товар или услугу. В зависимости от того, на каком уровне будет установлена цена, формируется спрос на тот или иной товар либо услугу. Именно поэтому процесс ценообразования имеет такое большое значение.

Регулирование цен является одним из факторов, влияющих на цены. При создании системы ценообразования предприятиям необходимо охватывать все виды продукции в рамках товарного ассортимента; выполнять все требования, отраженные в законодательстве о ценообразовании; учитывать издержки по организации сбыта в разных географических регионах и различия в уровнях спроса, а также многие другие факторы. [1, с. 126-127]

Выделяют две формы государственного регулирования цен:

1. Прямое регулирование (прямые методы) происходит путём введения регулируемых цен, таких как: а) фиксированные цены; б) предельные цены, которые устанавливаются через: «ценовой потолок», «ценовой пол», «коридор цен»;

2. Косвенное регулирование (косвенные методы) включает меры, действующие на спрос и предложение, уровень конкуренции и другие факторы макроэкономического равновесия, абсолютно не затрагивающие напрямую уровень цены. Среди которых: антимонопольное законодательство, субсидии и дотации, налоговая политика, поддержка малого предпринимательства, снижение бюджетного дефицита и т.д.

На сегодняшний момент, регулирование ценообразования в Республике Беларусь осуществляется на основе форм прямого (административного) и косвенного (через воздействие на ценообразующие факторы путём проведения мероприятий в области денежно-кредитной, налоговой, тарифной политики) регулирования.

В соответствии со ст. 8 Закона «О ценообразовании» республиканские органы государственного управления, областные и Минский городской исполнительные и распорядительные органы а пределах полномочий, предоставленных им законодательством, осуществляют прямое (административное) регулирование цен (тарифов) путём установления:

- Фиксированных цен (тарифов);
- Предельных цен (тарифов);
- Предельных торговых надбавок (скидок) к ценам;
- Предельных нормативов рентабельности, используемых для определения суммы прибыли, подлежащей включению в регулируемую цену (тариф);
- Порядка определения и применения цен (тарифов);
- Декларированию цен (тарифов). [2, с. 4-5]

Косвенное регулирование цен осуществляется путём применения льготного налогообложения, льготно кредитования, субсидирования и дотирования из бюджета, заключения органом власти с юридическим или физическим лицом

договора о введении фиксированных цен на реализуемую ими продукцию или услуги. [3, с. 253]

Фиксированная цена (тариф) – это регулируемая цена (тариф), устанавливаемая субъектом ценообразования в твёрдо выраженной денежной величине.

Фиксированные розничные цены устанавливаются с учётом НДС и применяются всеми юридическими лицами и ИП, осуществляющими производство и (или) реализацию указанных товаров, независимо от подчинённости и форм собственности.

В 2013 году фиксированные розничные цены в Республике Беларусь не установлены ни на какие группы товаров.

Фиксированные тарифы на услуги установлены на следующие виды услуг: а) услуги по техническому обслуживанию жилых домов, коммунальные услуги; б) коммунальные услуги, оказываемые юридическим лицам.

Предельная цена (тариф) – регулируемая цена (тариф), величина которой ограничена верхним и (или) нижним пределами.

Предельная торговая надбавка (скидка) – это ограничение к регулируемой цене, устанавливаемое государственными органами, осуществляющими регулирование ценообразования в сфере обращения.

Предельные торговые надбавки в сфере обращения в Республике Беларусь установлены указами Президента Беларуси, постановлениями Министерства экономики и решениями облисполкомов и Мингорисполкома.

Совершенствование ценообразования в республике направлено на создание системы цен и условий, стимулирующих динамичное развитие экономики, реализацию приоритетов государственной экономической политики, эффективное использование трудовых, материальных и финансовых ресурсов, повышение конкурентоспособности продукции (работ, услуг), и рост жизненного уровня населения.

Однако в настоящее время можно выделить ряд проблем, которые присущи на данный момент государственному регулированию цен на промышленную продукцию в Республике Беларусь:

1) низкий уровень конкурентоспособности товаров, производимых в стране;
2) неустойчивое развитие экономики;
3) нестабильность национальной валюты;
4) наличие межотраслевого и внутриотраслевого перекоса в ценах на отдельные товары и услуги;
5) существование монополий и монопольных цен;
6) недостаточный контроль за уровнем и динамикой себестоимости товаров;
7) теневой сектор экономики;
8) недостаточно эффективное и тесное соотношение ценообразования с налогово-бюджетной политикой;

9) высокий уровень инфляции;

10) несоблюдение отдельными субъектами экономики законодательства о ценообразовании;

11) переходный тип экономики;

12) опережающие темпы роста цен на промышленную продукцию по сравнению с темпами роста цен на потребительские товары [16, с. 123].

В соответствии с данными проблемами на государственном уровне разрабатывается ряд программ, которые позволяют обеспечить более эффективное развитие экономики, стабильность внутреннего рынка, увеличение объемов выпуска продукции и, как следствие, экспорта. К таким программам относятся: Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г., Концепция ценообразования в Республике Беларусь, Программа импортозамещения и т.д. [2, с. 229].

Список использованных источников:

1. О ценообразовании: Закон Республики Беларусь от 10 мая 1999 г. № 255-З (Национальный реестр правовых актов Республики Беларусь. -1999. -№37. -2/30).

2. Макроэкономика: учеб. пособие / А.В. Бондарь, В.А. Воробьев, Л.Н. Новикова [и др.]. – Минск: БГЭУ, 2007. – 415 с.

3. Цены и ценообразование: учебник / И.К. Салимжанов [и др.]; под общ. ред. И.К. Салимжанова. – Москва: ТК Велби, Издательство Проспект, 2003. – 360 с.

Мухіна Ірина
к.е.н., доцент
Хорунжий Ігор
к.с.-г.н., доцент
Херсонський державний аграрний університет
м. Херсон
Україна

ПЕРСПЕКТИВИ ВІДТВОРЮВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ОБСЛУГОВУЮЧИХ КООПЕРАТИВІВ В УКРАЇНІ

Проведений нами аналіз умов виникнення і поширення кооперативних підприємств показав, що воно проходило серед промислово-розвинутих країн у період капіталізації економіки. Перевагами процесу скористалася найбільш активна частина підприємців, а інші члени соціуму зайняти вільну економічну «нішу», якою в XIX ст. залишилася аграрна сфера. Концентрація, достатня чисельність товаровиробників та наявність у них необхідних ресурсів сприяли виникненню і поширенню сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів (СОК). Як було визначено, дієвими елементами цього процесу виступають соціально-психологічні та ресурсні складові [4].

На початку XX сторіччя Україна була одним з лідерів кооперативного руху в Російській імперії. З цього часу відбулися значні зміни. Не зважаючи на складність економічної ситуації, наша держава має достатній природно-ресурсний потенціал для власної продовольчої безпеки. Однак, меседж керівництва держави звернено до активізації кооперативного руху. Які причини спонукають до цього уряд і чи існуючі умови України є достатніми для створення кооперативів? Виходячи з цих питань, своєчасним та актуальним є розгляд перспектив відтворювання СОК в Україні.

Завданням дослідження є аналіз існуючих в Україні соціальних, психологічних та ресурсних умов для відновлення кооперативних процесів. Він дозволить спрогнозувати подальший розвиток кооперації. Для цього були використані такі методи як: інтерполяція, аналіз і синтез, історичний, статистичний, абстрактно-логічний, співставлення, групування, моделювання ситуації щодо вигід і втрат від відтворювання кооперації для різних учасників виробничих процесів аграрної сфери.

Українські науковці достатньо уваги приділяють підприємствам кооперативної ідентифікації серед них: С.Бабенко, Г.Башнянін, В.Дєбров, В.Зіновчук, О.Крисальний, О.Могильний, П.Саблук, І.Топіха, Ю.Ушкаренко та інші.

Одночасно, на сьогодні мало звертається уваги на взаємну залежність учасників виробничих процесів аграрної сфери, де кожен має власні інтереси та різні можливості їхньої реалізації. Таке становище ускладнює дослідження, але дає можливість ширше висвітлити ситуацію. Тому для визначення соціально-психологічних і ресурсних складових кооперативного руху, ми скористалися діючими в аграрній сфері економічними формами господарювання, де концентруються відповідні соціальні прошарки. Чисельність учасників, рівень їхніх доходів та ступінь економічного впливу розподіляються пропорційно кількості та формам господарювання (табл. 1).

Таблиця 1

Відповідність соціальних прошарків та існуючих форм господарювання в аграрній сфері України*

Соціальний прошарок	Форма господарювання	Кількість, тис. од.**
1. Власники торгово-промислового капіталу	1. Переробні підприємства та великі*** товарні господарства	23,6
2. Виробники товарної с.-г. продукції (фермери, власники с.-г. підприємств)	2. Дрібні та середні товарні господарства	56,0
3. Власники особистих селянських (підсобних) господарств (ОСПГ)	3. Особисті селянські (підсобні) господарства громадян	4302

* визначено на підставі [5, 6, 7]
** усереднені показники за 2010-2013 рр.
*** господарства, де площа с.-г. угідь становить 5 000 га і більше

Згідно наведених даних, в аграрній сфері діють неоднорідні соціальні прошарки. Верхівку піраміди займає невелика група власників торгово-промислового та кредитно-фінансового капіталу. Другу сходинку посідають середні та дрібні виробники товарної продукції сільського господарства. Вони більші за чисельністю, але мають значно менший обсяг доступних ресурсів Найнижчу позицію займають власники особистих підсобних господарств.

Кожний прошарок націлює зусилля на реалізацію своїх прагнень (соціально-психологічна складова) за допомогою доступних ресурсів (ресурсна складова).

Розподіл прошарків за прагненнями та ресурсами дав нам змогу краще зрозуміти мету та дії власників підприємств чи домогосподарств. Спираючись на це, ми розробили модель ситуації щодо вигід і втрат від впровадження кооперації учасниками виробничих процесів. При моделюванні ми відштовхувались від визначення місії підприємств, перепон щодо її реалізації та впливу на цей процес відтворювання кооперації. Так, проблемою реалізації місії більшості переробних підприємств є недостатність сировини.

Оренда земель, де вирощується необхідна продукція слугує виходом для переробників рослинної сировини. Для молокопереробних підприємств завдання ускладнюється через зростання витрат, пов'язаних з утриманням сільськогосподарських тварин. Вони намагаються здолати існуючу проблему за допомогою інших учасників аграрного сектору, особливо ОСПГ. Кооперативи для них - найбільш дешевий шлях отримати натуральну сировину.

Друга група учасників – дрібні та середні товарні господарства. Саме власники цих господарств, у свій час, були активаторами кооперативного руху і досягли основної мети кооперації: «Отримання влади в ринкових каналах просування власної продукції» [2, с. 99]. Навіть зараз, кооперація може вирішити багато питань успішного здійснення місії цих підприємств. Але недостатність ресурсів не дає змоги більшій частині членів цього прошарку скоординувати свої дії. До того ж, вони мають сильну залежність від промислових підприємств як основного споживача сировини.

У найгіршому економічному стані знаходяться власники ОСПГ, які відчувають значний тиск з боку переробних підприємств, а за окремими напрямками діяльності конкурують з фермерськими господарствами. Однак реалії українського ринку дають можливість утримуватись домогосподарствам, навіть в умовах кризи. Серед них не тільки нижча ціна продажу продукції, а, насамперед, її якість. Такі переваги впливають на споживчий попит значної частини населення. Тому ситуацію у сфері виробництва і споживання продукції сільського господарства можна характеризувати як досить строкату, де кожний виробник має «свого» споживача.

Стримуючим фактором для самовідтворювання кооперації є загальне збідніння населення. Дослідження показали, що вирішення питання полягає у сприянні державою розвитку ОСПГ, з метою накопичення ними коштів. Це надасть можливість домогосподарствам спочатку створити дрібнотоварне виробництво і тільки після цього - кооперативне підприємство [1, 3].

Таким чином, запроваджені керівництвом держави заходи стимулювання організації кооперативів, більшою мірою вирішують проблеми промислово-переробних підприємств. Це обумовлено тим, що значна частина членів уряду є представниками крупного бізнесу. Такі дії, на наш погляд, стримують відродження українських кооперативних підприємств і погіршують економіку країни в цілому. В той же час, в аграрному секторі існує нагальна потреба демократичного розвитку кооперації, але вона робить тільки перші самостійні кроки в цьому напрямку.

Перелік використаних джерел:

1. Дєбров В.В. Кооперування – ефективний шлях розвитку особистих господарств громадян// ТНВ: Збірник наукових праць ХДАУ. Вип. 51. – Херсон: Айлант. 2007. – 452 с.
2. Зіновчук В.В. Кооперативна ідея в сільському господарстві України і США. - К.: Логос, 1996.- 224 с.
3. Мухіна І.А. Причини повільного розвитку кооперативного руху на півдні України // ТНВ: Зб. наук. пр. № 63 – Херсон: Айлант, 2009. С. 304-308
4. Мухіна І.А. , Хорунжий І.В. Соціальні психологічні та ресурсні складові кооперативного руху // ТНВ: Наук. журнал. Вип. 90 – Херсон: Грінь Д.С., 2015. С. 248 - 254
5. О.І. Волот, Харчова промисловість: сучасний стан та інформаційне забезпечення розвитку підприємств [Електронний ресурс: http://vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcl&j=3&id=22]
6. «Коментарі» [Електронний ресурс: http://ua.comments.ua/money/198003-v-ukraini-skorochuietsya-kilkist-osobistih.html]
7. Статистичний збірник «Україна у цифрах» 2013р. [Електронний ресурс: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ1_u.htm]

Mukan Moldir
Master student
Ussenbayev Nyrzhan
Associate Professor
Narxoz University
Almaty
Republic of Kazakhstan

OIL AS A MAIN LEVER OF THE ECONOMY OF KAZAKHSTAN AND THE REASON OF NATIONAL CURRENCY DEVALUATION

The development of any country in the world economy is not without use of energy resources, which are currently different types of diversified new energy sources (nuclear, solar, hydro and tidal, wind power and other sources). However, the primary role in ensuring the energy falls on fuel resources, a large part of which is oil and gas sector. Countries where the underlying business is oil and gas production generate income from the sale of oil and gas for export in foreign currency, and this is the main

source of these economies. Consequently, there is a relationship between world oil prices and the economy of these countries, which is reflected in the value of the national currency against the US dollar (hereinafter – the dollar) through foreign exchange inflows into the economy.

In Kazakhstan the import and export of products mainly depends on the dollar to tenge exchange rate for investors in the important capital movements. The country is mainly dependent on oil, so it represents a really significant and important fraction of the trade balance. In the case of small open economies with floating exchange rates, the variability in oil prices is expected to have a large impact on the relative value of the currency. Since oil contracts are denominated in US dollars, changes in the price of oil have significant implications for the demand and supply of foreign exchange. This relationship between the price of oil and the exchange rate has been established by the literature for oil-producing countries but not for oil-importing countries.

Sharp increment in the universal oil costs is for the most part viewed as variables disheartening monetary development. Hypothetically, there are diverse reasons why an oil value stun ought to influence macroeconomic variables. To begin with, the oil value stun can prompt lower total interest subsequent to the value rise redistributes wage between the net oil import and fare nations. The low costs for oil and metals, as per specialists, can be protected for a long time. Second, adding to nations' entrance to ventures and capital will be altogether restricted. What's more, third, packed business sector of Kazakhstan generation of - this frail interest from our real accomplices, particularly Russia and China.

The normal cost of Brent unrefined petroleum for 11 months of 2015 added up to $55/barrel, and this cost is low, even contrasted with the emergency year of 2009 (when the normal cost was $63/barrel). As indicated by experts, the fundamental reasons of the falling costs were: the reinforcing of the US dollar, overproduction and development in oil saves. In such manner, examiners see the two in all probability situations of oil costs in 2016: the fall in cost for WTI to $33-35 (Brent – $35-37) in August, trailed by an expansion or adjustment. The study tried to research the effect of oil costs on the conversion standard in the Republic of Kazakhstan. The imports of oil speak to a tremendous part of the exchange parity of a vitality subordinate nation.

Devaluation in a global crisis is an inevitable attribute of a market economy. For Kazakhstan, like other countries, under the circumstances, the measure was inevitable. First of all, it allows you to increase the competitiveness of the economy, to improve the working conditions of exporters, which will save or create jobs, as well as less costly to get out of the crisis. As a result of the devaluation is less wasted gold reserves (gold reserves) of the country, are necessary conditions for the inflow of foreign capital.

Unortunately, in the Republic of Kazakhstan the depreciation of the national currency led to negative consequences, such as: unemployment, growth of prices for products. The most vital Kazakh fares incorporate oil, obviously, furthermore characteristic gas, coal, uranium, iron, copper, chromium, and different minerals. The transition to a floating rate of tenge in the third week of August 2015 with a view to the next "correct" exchange rate of tenge caused not wave, but the ninth wave of

devaluation. December was marked by a further decline in world oil prices and the abrupt devaluation of the tenge against the US dollar. In the exchange offices the dollar reached a historical high of 350 tenge, then "corrected" down to the level of 328 tenge and again crept upward, breaking the line already at 350 tenge in the first week of January. The rate of depreciation as a result amounted to nearly 180%.

Our country needs to strenghten its economy, by developing small and medium businesses. It means that we can increase export and Kazakhstan will not suffer from the Trade Balance shortage. In order to be more competitive on the world market, the Republic of Kazakhstan should increase the production and labor force and decrease the import, which further will lead to the trade surplus and make our country much more attractive for foreign investments.

The impact of international oil prices on the cost of tenge against the US dollar is reflected in the exchange rate of 1 US dollar to tenge. This influence is the result of money supply flows in US dollars in Kazakhstan's economy: the oil price increase is an increase in the money supply in dollar inflows into the economy, thus increasing offer of dollar currency in the market, which contributes to the devaluation of the dollar against the tenge and strengthen itself tenge. However, this phenomenon does not act in the regulation of certain exchange rate bands tenge from the National Bank of Kazakhstan.

References

1. EconomicsHelp. *Economic effect of a devaluation of the currency.* Available at:http://www.economicshelp.org/macroeconomics/exchangerate/effects-devaluation/ (Accessed: 29 November 2015)

2. Business Dictionary. *Inflation.* Available at: http://www.businessdictionary.com/definition/inflation.html (Accessed: 1 December 2015)

3. Monetary and Capital Markets Department (2007). *Annual report of the Republic of Kazakhstan "On Currency Arrangements and Exchange Restrictions" 2001.* Academic Search Complete [Online]. Available at: https://www.imf.org/External/NP/pp/2007/eng/112707.pdf (Accessed: 29 November 2015)

Econominfo. Analysis of national economy. *Currency regulation and its impact on macroeconomic processes.* Academic Search Complete [Online]. Available at: http://econominfo.ru/view-article.php?id=125 (Accessed: 1 November 2015)

Savchenko, D. (2014). *KZT: Kazakhstan devalued tenge, history repeats itself.* Academic Search Complete [Online]. Available at: https://nexus.nordea.com/#/article/3041 (Accessed: 29 January 2016)

Gordeyeva, M. (2014). *UPDATE 3-Kazakhstan devalues tenge by 19 percent to stymie speculators.* Academic Search Complete [Online]. Available at: http://www.reuters.com/article/2014/02/11/kazakhstan-tenge-idUSL5N0LG07F20140211 (Accessed: 29 October 2015)

Главная- Казахстанская фондовая биржа (KASE), 2015. [ONLINE] Available at:http://www.kase.kz. [Accessed 29 January 2016]

Нагорний Віталій
к.е.н., асистент
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНО СТІЙКОГО ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

У контексті дослідження об'єктивних закономірностей функціонування організаційно-економічного механізму виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств ключовим моментом є положення про «сукупну можливість». З одного боку, це положення вказує на необхідність і є основою дослідження складу та структури виробничого потенціалу підприємства, а з іншого - основою дослідження механізму взаємодії його структурних елементів.

В практиці механізм взаємодії структурних елементів виробничого потенціалу, на нашу думку, розкриває стратегічні напрями діяльності сільськогосподарського підприємства. Для конкурентних переваг підприємства на ринку необхідно володіти сучасними технологіями управління, залучати високопрофесійних працівників і постійно підвищувати ефективність праці, недостатньо тільки мати найсучасніші засоби виробництва. Сільськогосподарські підприємства нині не лише конкурують у сфері виробництва, а й у сфері управління та ефективності праці. Відтак найбільші шанси на успіх мають підприємства з потужним виробничим потенціалом. З огляду на це постає проблема, пов’язана з пошуком економічної моделі формування й реалізації виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств.

Розробляти стратегічні засади формування економічно стійкого виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств доцільно за окремими групами виробничих ресурсів: земельні, трудові, матеріально-технічні, інформаційні тощо. У цій системі об’єднувальною ланкою є інформаційний потенціал, за допомогою якого можна не лише проаналізувати матеріальні, товарні, фінансові потоки для вироблення обґрунтованих рішень при регулюванні виробничо-господарських і фінансових ситуацій, але й забезпечити реалізацію управлінських впливів.

Система лише є засобом, тобто інструментом, за допомогою якого здійснюються процес вирішення проблеми. Як діяльності, що зберігає або поліпшує характеристики системи за рахунок змін, які підвищують ефективність використання виробничого потенціалу, складовими елементами якого є працівники, матеріали, інструменти, капітал, технології, інформація, час тощо. Зміна ефективності використання виробничого потенціалу аграрних формувань вимірюється: збільшенням або зменшенням потреби в ресурсах без відповідних змін в обсягах створюваної вартості та прибутку; збільшенням або зменшенням ризику.

Для досягнення позитивних результатів необхідно виробити систему цілей сільськогосподарського підприємства, яка відповідає його виробничому потенціалу. Для розробки і успішного впровадження, потрібно забезпечити високий рівень інформаційно-аналітичного супроводу управління

підприємством. Запровадження новітніх інформаційних технологій і використання сучасної комп'ютерної техніки – необхідна умова ефективного управління виробничим потенціалом сільськогосподарських підприємств.

Отже, стратегічні напрями раціонального використання та підвищення ефективності економічно стійкого виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств повинні ґрунтуватися, передусім, на управлінні формуванням виробничого потенціалу. Зміцнення його наблизить виробників до досягнення поставленої мети функціонування, обов'язковою умовою чого є збільшення обсягів виробництва сільськогосподарської продукції та покращання її якості.

Таким чином, до основних напрямів створення системи ефективного використання економічно стійкого виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств належать: забезпечення раціонального використання в аграрному секторі земельних, водних та інших природних ресурсів і основних матеріальних засобів; застосування ресурсоощадних технологій; ефективне використання трудових ресурсів; забезпечення стабільності формування й ефективності використання внутрішніх і зовнішніх фінансових ресурсів; розвиток інноваційних процесів і впровадження їхніх результатів у забезпечення екологізації, інтенсифікації аграрного виробництва та продовольчої безпеки країни. Значного зниження витрачання ресурсів на одиницю сільськогосподарської продукції можна досягти за рахунок біологізації й екологізації інтенсифікаційних процесів.

Список використаних джерел

1. Єрмаков О.Ю., Нагорний В.В. Формування економічно стійкого виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств: монографія / О.Ю. Єрмаков, В.В. Нагорний – К.:ЦП «Компринт», 2015. – 294с.

Наумовец Виктория
студентка
Чмыр Николай
ст. преподаватель
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

СООТНОШЕНИЕ ТЕМПОВ РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА И ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ НА ОАО «КОБРИНСКИЙ МАСЛОДЕЛЬНО-СЫРОДЕЛЬНЫЙ ЗАВОД»

Одним из наиболее важных условий эффективного функционирования предприятия является обеспечение оптимального соотношения между ростом производительности труда и средней заработной платы работников предприятия.

Производительность труда – один из важнейших экономических показателей, который характеризует эффективность деятельности предприятия в сфере материального производства и показывает количество продукции, произведенной одним работником [1]. Именно поэтому повышение данного

показателя является актуальной проблемой, от которой зависит удовлетворение потребностей населения в продукции и темпы производства.

Заработная плата – это совокупность вознаграждений, исчисляемых в денежном выражении или (и) натуральной форме, которые наниматель обязан выплатить работнику за фактические выполненную работу, а так же за периоды, включаемые в рабочее время [1]. Заработная плата создает материальную заинтересованность работников в результате деятельности предприятия, повышении эффективности производства и улучшении показателей работы.

Между производительностью труда и заработной платой существует прямая взаимосвязь: чем выше будет показатель производительности труда, тем выше ь заработная плата. Это является одним из методов мотивации труда работников, тем самым повышения благосостояния предприятия и национальной экономики в целом. Однако, постоянный рост заработной платы при относительном сохранении уровня производительности труда приведет не только к постепенному сокращению их уровнями, но и нарушит важную экономическую пропорцию – опережение темпов роста заработной платы над темпами роста производительности труда.

Рассмотрим в таблице 1 темпы роста производительности труда и средней заработной платы в ОАО «Кобринский маслодельно-сыродельный завод».

Как видно из таблицы 1 среднегодовая выработка на одного работника в 2015 году составила 542797,1 тыс. руб./ чел., что на 346994тыс. руб./ чел больше чем в 2013году. Темп роста средней заработной платы одного работника в 2015году п сравнению с 2013 годом составил 281,7%.

Таблица 1

Соотношение темпов роста заработной платы и производительности труда на ОАО «Кобринский МСЗ»

Показатели	2013 г.	2014 г.	2015 г.	Темп роста (снижения), % 2014 к 2013	Темп рост (снижения) % 2015 к 2014
1. Объем продукции в фактических ценах,тыс.руб.	267467000	609567000	759916000	227,9	124,7
2. Фонд заработной платы ППП,тыс.руб.	18838500	29458400	54397400	156,4	184,7
3. Среднесписочная численность работников,чел.	1366	1399	1400	102,4	100,1
4. Среднегодовая выработка одного работника тыс.руб./чел.	195803,1	435716,2	542797,1	222,5	124,6
5. Среднегодовая зарплата одного работника, тыс.руб.	13790,9	21056,7	38855,3	152,7	184,2
6. Коэффициент опережения ($I_{пт}$:$I_{зп}$)	-	-	-	1,46	0,67

Примечание: Источник – собственная разработка.

Если рассматривать взаимосвязь темпов роста производительности труда и средней заработной платы видно, что в 2014 году этот показатель составил 1,46. Однако, как видно из таблицы, к 2015 году это показатель значительно снизился и принял значение 0,67.

Таким образом мы наблюдаем значительное превышение темпов роста заработной платы над темпом роста производительности труда, что может привести к сокращению прибыли и росту убытков предприятия, так как происходит дополнительный расход средств фонда для выплаты заработной платы, а это в свою очередь замедляет расширенное воспроизводство.

Для лучшего и успешного функционирования предприятия должна наблюдаться ситуация, при которой темпы роста производительности труда будут пропорциональны темпам роста заработной платы. С целью достижения данной цели предприятию необходимо пересмотреть систему нормирования труда, повысить норму выработки, а так же следует уделить внимание техническим, социальным и организационным факторам производительности, что позволит уменьшить зависимость заработной платы от производительности.

Список использованных источников

1. Экономика организации: учебное пособие / О.В. Володько, Р.Н. Грабар, Т.В. Зглюй; под ред. О.В. Володько. – Минск: Выш.шк., 2012. – 399с.

Нечаева Юлия
студентка
Лягуская Наталия
ст. преподаватель
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Иностранные инвестиции имеют важное значение для Республики Беларусь, так как они способствуют модернизации промышленности, а также положительно влияют на платежный баланс, являясь долгосрочными финансовыми вложениями, помогают выйти на новые рынки.

Иностранные инвестиции – инвестиции, вложенные иностранными инвесторами. Они делятся на прямые, портфельные и прочие.

Если анализировать вклад иностранных инвесторов в уставные капиталы белорусских предприятий, то в 2014 по сравнению с 2011 сумма этих вложений снизились на 23,2 % (что представлено на рисунке 1). Резкое снижение инвестиций наблюдалось и в 2012 году (на 21,8%), чему послужил причиной

финансовый кризис в 2011 г. Если рассматривать 2013 г.. то произошел его незначительный рост, однако уже в 2014 г. наблюдалось снижение на 8,3% по отношению к 2013 году.

Основными поставщиками иностранных инвестиций в Республику Беларусь в 2015 были Россия - 45,1%, Соединенное Королевство - 30,3%, Кипр - 9,0%. На долю прочих стран приходилось не более 2 %. Основными отраслями привлечения иностранного капитала являлись торговля, транспорт и обрабатывающая промышленность.

Если рассматривать размер накопленных иностранных инвестиций, приходящийся на душу населения, то с 1992 по 2014 год в Беларуси он был таким же как в Украине, что составило 1454 долл. США, но был ниже, чем у стран Центральной и Восточной Европы, а также стран Таможенного союза. Например, Польша на одного жителя привлекла $6580, Южная Корея - $3415, Литва - $4870, Эстония - $17160 [3].

Однако следует отметить, что в Республике Беларусь существует ряд факторов, сдерживающих иностранных инвесторов при принятии решений о вложении средств. В области макроэкономической стабильности - это высокая и волатильная инфляция, падение внутреннего спроса, непредсказуемые изменения обменного курса и ограничительная и непрогнозируемая политика валютного регулирования. Неблагоприятный прогноз развития нормативно-правовой среды часто препятствует притоку иностранных инвестиций в реальный сектор экономики Республики Беларусь.

Неопределенность ведения бизнеса выражается в существовании рисков, связанных с неожиданными действиями со стороны государства по отношению к инвесторам, а также государственного вмешательства в процесс принятия решений, что затрудняет процесс планирования инвестиций, служит препятствием для реализации инвестпроекта. Долгие и затратные административные процедуры выражаются высоких транзакционных издержках [3].

Рис. 1. Иностранные инвестиции, поступившие в реальный сектор экономики Республики Беларусь в 2011-2014 гг., млн. долларов США

Источник : [2]

На основании изложенного выше отметим, что для решения проблем привлечения иностранных инвестиций необходимы стабилизация макроэкономики и улучшение нормативно-правовой среды. Однако реализация этих решений – это долгосрочная задача, требующая больших усилий. Во-вторых, для полного достижения потенциального уровня притока иностранных инвестиций в экономику Беларуси необходимо улучшить процедуру привлечения и поддержку инвесторов, так как в краткосрочной перспективе мероприятия по увеличения притока иностранных инвестиций могут быть направлены на корректировку существующей политики стимулирования поступления инвестиций в нашу страну. Такими направлениями в деятельности Агентства по привлечению инвестиций могут быть такие как:

- имиджевый маркетинг, который направлен на распространение информации для потенциальных иностранных инвесторов и создании положительной репутации страны;
- целевой маркетинг, нацеленный на определенный ряд инвесторов, ориентированных на определенные отрасли с высоким потенциалом;
- содействие инвестициям путем предоставления прединвестиционных услуг, связанных с осуществление инвестиций;
- забота об инвесторах после осуществления любого вида сделки и информационно-разъяснительная работа путем систематического исследования потребностей и проблем инвесторов.

Список использованных источников:

1. Закон Республики Беларусь «Об инвестициях» от 12 июля 2013 г. № 53-З
2. Результаты инвестиционной политики/ Министерство экономики Республики Беларусь - [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.economy.gov.by/ru/invpolicy/invest-klimat/pezultat
3. Кнут А. Привлечение прямых иностранных инвестиций: рекомендации для Беларуси по использованию имеющегося потенциала/ А. Кнут, К. Волохонович – [Электронный ресурс]. Режим доступа:http://www.research.by/publications/pp/1504/

Ніколайчук Ольга
к.е.н., ст. викладач
Водоп'янова Ірина
студентка
Криворізький економічний інститут ДВНЗ «КНУ»
м. Кривий Ріг
Україна

СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ФАКТОРІВ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Підвищення продуктивності праці — це складний процес, але економічно необхідний для всякої системи господарства. Його економічна сутність полягає в зменшенні кількості затрат на виробництво одиниці продукції, або збільшенні

обсягів виробництва продукції при затратах однієї і тієї ж кількості часу. Оскільки зростання продуктивності праці має надзвичайно велике значення і для кожного підприємства зокрема, і для суспільства в цілому, вивчення факторів і пошук резервів цього зростання є важливим науково-практичним завданням сьогодення.

Дослідженням питань, пов'язаних із зростанням продуктивності праці та чинниками, що на неї впливають, займалися чимало вітчизняних та зарубіжних вчених, зокрема: А. Ревенко, В.А. Гавриленко, О.О. Петращак, В.М. Лукашевич, В. М. Гончаров, О.А.Грішнова, Г.Т. Завіновська, Н.М. Бондар та ін. Незважаючи на значний обсяг проведених досліджень у даному напрямку, залишаються неоднозначними підходи до класифікації факторів підвищення продуктивності праці на підприємстві.

Фактори зростання продуктивності праці - це вся сукупність рушійних сил і причин, що призводять до збільшення продуктивності праці.

Вперше сформував і систематизував основні засади класифікації факторів зростання продуктивності праці К. Маркс, який вважав, що воно зумовлене багатьма обставинами, а саме: середнім ступенем кваліфікації робітника, рівнем розвитку науки і техніки, поділу та кооперації праці, розмірами та ефективністю засобів виробництва, природними умовами.

Аналіз сучасних досліджень в сфері класифікацій факторів зростання продуктивності праці показав існування різних підходів в залежності від вибору класифікаційної ознаки. Одні науковці розглядають лише фактори за змістом (А. Ревенко, В.А. Гавриленко, О.О. Петращак, В.М. Лукашевич), інші - за рівнем керованості (Завіновська Г.Т., Н.М. Бондар), треті - за рівнем планування (О.А.Грішнова, В. М. Гончаров).

Завіновська Г.Т. та Н.М. Бондар погоджуються із зарубіжними економістами та пропонує виділяти дві групи факторів [1]:

- зовнішні - такі, що об'єктивно перебувають за межами впливу підприємства (наприклад, вимоги чинного законодавства в галузі праці, ринкова інфраструктура, макроструктурні зрушення в економіці країни, забезпеченість країни природними ресурсами тощо);
- внутрішні - ті, на які підприємство може безпосередньо впливати (наприклад, характер продукції, технологія виробництва, рівень кваліфікації персоналу, безперебійність постачання ресурсів тощо) .

Узагальнення поглядів науковців щодо класифікації факторів впливу на продуктивність праці наведене в табл. 1.

Проаналізувавши погляди науковців на класифікацію факторів впливу на продуктивність праці, виокремимо найбільш поширені групи чинників за змістом:

- матеріально-технічні;
- соціально-економічні;
- організаційно-економічні.

За класифікаційною схемою А. Ревенко додається інноваційний фактор, тобто залучення нововведень в виробничий процес [7].

Таблиця 1

Погляди науковців щодо факторів зростання продуктивності праці

Фактори	Автори								
	М.Г. Акулов	А. Ревенко	В.А. Гаврилено	Р.В. Янковий	Ю.В Буц	О.О. Петращак	В.М. Лукашевич	О.А. Грішнова	О.А. Богуцький
Матеріально-технічні	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Організаційні	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Соціально-економічні	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Соціально-психологічні						+			
Внутрішньовиробничі	+			+	+				
Галузеві і міжгалузеві	+							+	
Регіональні	+							+	
Загальнодержавні	+							+	
Природні умови	+						+		+
Інноваційні	+					+		+	

На думку О.О. Петращака, у класифікації чинників продуктивності праці доцільно виділити соціально-психологічні фактори, до яких слід віднести наступне: лідерські якості керівника, управління групами, конформізм, ефективне управління конфліктними ситуаціями, психологічний підбір та підготовка кадрів тощо [6].

В.А. Гавриленко і Н.В. Кравчук включають ще один чинник – природні умови, який знаходиться поза сферою керування суб’єкта господарювання [3].

Р.В. Янковий додає ще чинники за рівнем агрегування: внутрішньовиробничі; галузеві і міжгалузеві; регіональні; загальнодержавні.

Ю.В. Буц наводить практично ідентичні фактори, які визначені Р.В. Янковим, за виключенням регіональних, та включає чинник «природні умови»[2].

Серед представлених науковців найширший перелік факторів зазначений у М.Г. Акулова.

В економічній літературі зустрічається інша класифікація факторів зростання продуктивності праці, яка застосовується у практиці планування. Так, О. Гетьман, О. Петращак виділяють наступні фактори [4,6]: структурні зміни у виробництві; підвищення технічного рівня виробництва; удосконалення управління, організації виробництва й праці; зміна обсягів виробництва продукції; галузеві чинники; соціально-психологічні фактори; введення у дію та освоєння нових підприємств (об’єктів).

Проаналізувавши та систематизувавши різноманітні підходи до класифікації чинників підвищення продуктивності праці, найбільш повною, на нашу думку, є така класифікація, що включає вищезазначені чинники за змістом, за рівнем керованості, рівнем агрегування та рівнем планування. Оскільки зміна продуктивності праці на підприємстві є складним процесом, що включає багато впливаючих чинників, що діють в різних напрямах та з різною інтенсивністю, тому для ефективної їх взаємодії потрібно використовувати всі резерви, що можуть дати максимальний ефект.

Список використаних джерел

1. Бондар Н. М. Економіка підприємства : навч. посіб. / Н. М. Бондар. – К. : Видавництво А.С.К., 2004. – 400 с.
2. Буц Ю.В. Ефективність праці на вугільних шахтах: монографія / Буц Ю.В., Герасимова І.Ю. – Донецьк: Нац. гірн. ун-т, 2007. – 156 с
3. Гавриленко В.А. Фактори, які впливають на продуктивність праці робітників вугільних шахт Донбасу [Електронний ресурс] / В.А. Гавриленко, Н.В. Кравчук // Донецький державний технічний університет, 2001. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/9489/1/68.pdf
4. Гетьман О. О. Економіка підприємства : навч. посібник. / О. О. Гетьман, В. М. Шаповал. – К. : ЦНЛ, 2006. – 488 с.
5. Грішнова О. А. Економіка праці та соціально-трудових відносин : підручник / О. А. Грішнова. – 3-те вид., випр. і доп. – К. : Т-во «Знання», КОО, 2007. – 559 с.
6. Петращак О.О. Необхідність систематизації факторів росту продуктивності праці працівників [Електронний ресурс] / О.О. Петращак // Економіка: інноваційна економіка: всеукраїнський науково-виробничий журнал. Режим доступу: garevna.ucoz.com/metod mat/factors_labor_productivity.pdf
7. Ревенко А. Продуктивність праці в сучасних умовах /А. Ревенко // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 2 – С. 32-37.

Новак Катерина
студент
Сурай Анна
к.е.н., доцент
Черкаський державний технологічний університет
м.Черкаси
Україна

БІЗНЕС-ІНКУБУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ

Досвід побудови стабільно функціонуючих, гнучких, інноваційних економік країн світу свідчить про необхідність такої складової підтримки бізнесу як інститут бізнес-інкубації, а саме створення комплексу заходів, інституцій, програм з надання бізнесменам-початківцям різнопланової підтримки (правової, організаційної, інформаційної, фінансової і т.п.). На меті мається створення

найкомфортніших умов вливання підприємців в ділове середовище й найскорішого входу в рентабельну площину.

Комплекс заходів з підтримки, що надаються інкубаторами, надають можливість молодим бізнесменам набути компетенцій, необхідних в сфері виконання робіт, виробництві чи наданні послуг, пом`якшує а іноді і зводить на нівець бар`єри, з якими стикаються початківці.

Статистичні дослідження свідчать, що в бурхливому середовищі бізнесу з загальної кількості новостворених фірм продовжує своє існування лише третина. Натомість з тих підприємців, що почали свій шлях в бізнес-інкубаторі майже 70-80% досягають рентабельності, а що головніше – утримують ці позиції й надалі.

Бізнес-інкубатори – це структури, що надають допомогу новим компаніям на етапі їх організації та становлення. Основна мета бізнес-інкубаторів – надихати людей на організацію власної справи, створювати умови, що сприяють розвитку нових компаній і підприємництва, підтримувати їх у розробленні новаторських продуктів, організації і функціонування підприємств та створення нових робочих місць, надавати їм приміщення, засоби інфраструктури та ін. [3].

З точки зору стратегічного розвитку країни бізнес-інкубатори відіграють роль дієвого інструменту інноваційної, соціальної та економічної політик. Є ключовою детермінантою в інфраструктурі підтримки інновацій та малого бізнесу.

Таблиця 1

Трактування терміна «бізнес-інкубатор»

	Визначення
1	Структури, що надають допомогу новим компаніям на етапі їх організації та становлення.
2	Організаційна інноваційна структура, метою якої є формування сприятливих умов для стартового розвитку малих підприємств через надання їм певного комплексу послуг і ресурсів.
3	Інституція, що формує інноваційну структуру держави.
4	Бізнес-інкубатор – дещо схожа до «кузні» початківців, тобто місце, де можна втілити в реальність ідеї, при цьому можливе підбирання в команду людей зі спільними інтересами.
5	Складний багатофункціональний комплекс, який забезпечує, поряд з іншим, сприятливі умови для ефективної діяльності новоутворених малих інноваційних фірм, які реалізують цікаві наукові ідеї.

Розроблено авторами за джерелами [1, с.80; 2, с. 249]

Головною перевагою бізнес-інкубатора для початківців, є те що в період виникнення суттєвих фінансових, правових, інформаційних труднощів інкубатори надають їм значну фінансову допомогу на пільгових умовах, за цінами нижчими від ринкових.

На сьогоднішній день бізнес-інкубатори забезпечують стартапи багатьма потрібними послугами, серед інших, такими як:

- надання інвестицій;
- бізнес-оцінка;
- надання виробничих та офісних приміщень (зазвичай за нижчими цінами);
- допомога у складанні та редагування бізнес- та маркетинг-планів;
- аналіз ринку та конкурентів;
- консалтинг;
- оренда обладнання;
- інформаційне забезпечення;

юридичні послуги та інше.[1]

Бізнес-інкубатори у світі з'явилися наприкінці 50-х років XX ст. у США. Сьогодні у світі налічується більше 4000 офіційно зареєстрованих бізнес-інкубаторів. Найбільше їх у США – від 850 до 1100. В Західній Європі – 800.

Перші бізнес-інкубатори в Україні були створені наприкінці 90-х років минулого століття. На теперішній час в Україні, за даними Державної регуляторної служби України, зареєстровано понад 70 бізнес-інкубаторів. За даними ж нещодавно проведеного Українською асоціацією бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів (УАБІІЦ) моніторингу діяльності бізнес- інкубаторів, їхня чисельність виявилася значно меншою і складає лише близько 10 бізнес-інкубаторів, які реально працюють [5]. Серед них насамперед можна назвати Білоцерківський, Славутицький, Хмельницький, Сімферопольський, Львівський, Полтавський, Івано-Франківський бізнес-інкубатори. В Україні бізнес-інкубатори переважно існують за рахунок фінансування міжнародних донорських організацій, приміщення їм надають служби працевлаштування населення при держадміністраціях міст і районів. Джерелами їхнього фінансування найчастіше є кошти міжнародних фондів та грантових програм і лише невеликою мірою — кошти місцевих адміністрацій та спонсорів. Для сприяння розвитку бізнес-інкубаторів в Україні створено Українську асоціацію бізнес-інкубаторів та інноваційних центрів.

В Черкаській облдержадміністрації 22 липня 2011р. між представниками виконавчої влади, науковцями та лідерами громадських об'єднань підприємців відбулось підписання Меморандуму про утворення «Інформаційної платформи «Черкаський бізнес-інкубатор» [4]. Основними цілями інформаційного ресурсу «Інформаційна платформа «Черкаський бізнес – інкубатор» є підвищення конкурентоспроможності компаній та їх виживаності на ринку, та життєздатності підприємств і компаній, сприяння розвитку інноваційних моделей малого та середнього бізнесу через створення системи забезпечення якісними консультаційними, інформаційними, юридичними, маркетинговими, навчально-просвітницькими, комунікаційними послугами та створення суб´єктами господарювання нових, економічно доцільних робочих місць, підвищення рівня підприємницької культури та формування інноваційних підходів щодо ведення бізнесу.

Отже, реалії сьогодення підкреслюють важливість розробки та впровадження ефективної політики використання бізнес-інкубаторів адже вони утримують ключові позиції в підвищенні стійкості вітчизняної економіки, посиленні інвестиційної привабливості та конкурентоспроможності. Необхідно резюмувати, що сфера

впровадження та функціонування бізнес-інкубаторів має ряд суттєвих недоліків, а саме: неврегульованість правового середовища їх функціонування; відсутність законодавчо окресленого статусу; вкрай незадовільна державна фінансова підтримка; недостатність структур, що могли б готувати професійний персонал в даній сфері діяльності.

Серед найактуальніших напрямів з вирішення окреслених проблем, необхідно назвати: заповнення законодавчих пробілів, впровадження коректної законодавчої регламентації функціонування бізнес-інкубаторів; впровадження процедур ліцензування та сертифікації. Надзвичайно важливу роль ми відводимо ВНЗ в контексті діяльності бізнес-інкубаторів, як елементу науковості, рушію інноваційності, кузні професійних кадрів та джерелу бізнес-ідей нової генерації молоді.

Список використаних джерел.

1. Васильєва Л. М. Бізнес-інкубатори як частина інфраструктури підтримки малого підприємництва / Л. М. Васильєва // Держава та регіони : науково-виробничий журнал. – 2013.—№1. – с.80-87

2. Микитюк О.П. Бізнес-інкубатори в системі фінансової підтримки малого підприємництва // Світ фінансів: науковий журнал - 2009. - №2 (3). - С. 249.

3. Немченко А. Б. Бізнес-інкубатори у сфері сучасної державної підтримки розвитку регіональної інноваційної інфраструктури / А.Б. Немченко, Т.Б.Немченко //Наукові праці Кіровоградського національного технічного університету. — 2010. — № 17. – с.93-112.

4. Бізнес-інкубування та інноваційні центри: сучасні технології підтримки підприємництва і розвитку інноваційної економіки [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.academia.org.ua/? p=326

5. ufpp.gov.ua/ru- офіційний сайт Українського фонду підтримки підприємництва

Новак Юлія
студентка
Павлова Валентина
д.е.н., професор
Дніпропетровський університет імені Альфреда Нобеля
м. Дніпропетровськ
Україна

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Стан справ в економіці України залишається вкрай складним. Одним із важливих складових національної економіки є підприємництво. Завдяки вітчизняному підприємництву національна економіка може змінити свій стан. Однак, у порівнянні з розвиненими країнами рівень підприємницької діяльності в Україні недостатній і потребує суттєвого поліпшення. Потенціал підприємництва не може реалізуватися повною мірою в Україні через

несприятливу економічну і правову середу по веденню підприємницької діяльності.

Наразі перед вітчизняним підприємництвом стоять такі важливі завдання як розширення структури пропозиції на внутрішньому ринку товарів і послуг, створення ефективного конкурентного середовища, стимулювання інноваційного розвитку, відродження підприємницької ініціативи населення, створення додаткових робочих місць і підвищення гнучкості зайнятості, зміцнення регіональних економік.

Малий бізнес є важливою складоваю економіки країни. Жоден, навіть не невеликий населений пункт не може обійтися без малого бізнесу.

У провідних країнах світу малий бізнес як інституційний сектор економіки давно став домінуючим за чисельністю та обсягами виробництва. В Україні зараз мале підприємництво знаходиться в умовах незбалансованої політики держави, що не сприяє розвитку бізнесу.

На сучасному етапі мале підприємництво як самостійний елемент ринкової економіки істотно впливає на структурну побудови економіки регіонів та країни в цілому, робить значний внесок у збільшення загальних обсягів виробництва, створює сприятливе середовище для розвитку конкуренції, забезпечує сильнодіючі стимули до інноваційної та високоефективної праці. Але, для того щоб, малий бізнес робив свій внесок в розвиток національної економіки, йому необхідно мати відповідні умови для розвитку.

До основних причин гальмування розвитку малого підприємництва в Україні відносять:

1)неопрацьованість законодавства як з питань розвитку малого підприємництва, так і підприємництва в цілому;

2)високі податки, що змушує деяких суб’єктів малого та середнього підприємництва йти в тіньову економіку;

3)недостатня державна фінансова-кредитна і майнова підтримка малих підприємств;

4)відсутність дійового механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого бізнесу;

5)недосконалість системи обліку та статистичної звітності малих підприємств;

6)обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення;

7)недосконалість системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємницької діяльності [1].

Слід зазначити що останніми роками гострі проблеми малого бізнесу зменшилась. Усі починаючі бізнесмени, які не володіють достатньою інформацією про реєстрацію підприємства, можуть дізнатися в державних органах реєстрації

На сьогодні малий бізнес в Україні створює 5-6% ВВП. Якщо враховувати «тіньову економіку», за приблизними оцінками фахівців близько 30% населення зайняті в малому бізнесі. Влада не звертає своєю увагу і не турбується розвитком

малого бізнесу, оскільки сприймає в ньому лише неплатників податків і соціальних внесків.

Отже, малий бізнес не має умов для розвитку та залишається на тому ж незадовільному рівні. Одним із шляхів покращення цієї ситуації це створення нормативно-правової бази зі сприятливими умовами, також поліпшення податкової системи.

Список використаних джерел

1. Іванілов О.С. Економіка підприємства / О.С. Іванілов. — К.,2009. — 729 с.4

Новик Мария
студентка
Грабар Роза
ст. преподаватель
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕСНОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В Республике Беларусь леса являются важнейшим национальным богатством, возобновляемым и при правильном использовании - неисчерпаемым природным ресурсом. Леса способствуют развитию отдыха и туризма, а также поддерживают жизнедеятельность многих животных. Леса – это один из основных видов хозяйственной деятельности человека, служат базой для развития целлюлозно-бумажной и деревообрабатывающей промышленности, лесного хозяйства и являются источником получения материальных ресурсов (древесины, продукция охотничьего промысла, пищевых и лекарственных ресурсов и т.д.). Лесные ресурсы удовлетворяют материальные потребности общества в древесине и являются наиболее востребованными в обществе, так как охватывают все отрасли национального хозяйства. В настоящее время из древесного сырья получают более двадцати тысяч различных изделий.

Республика Беларусь, по ряду показателей, которые характеризуют лесосырьевые ресурсы, входит в десятку ведущих лесных держав Европы. Лесной фонд страны составляет более 9,2 млн гектаров, лесистость территории Республики Беларусь оценивается в 39.5% территории, что в целом для нашей страны можно считать оптимальным, так как это даёт возможность стране импортировать товары, изготовленные с использованием лесных ресурсов, в зарубежные страны и тем самым повысить поступления валюты в государственный бюджет.

Леса в Республике Беларусь в соответствии с их экономическим, социальным и экологическим значением, а также местоположением и

функциями, которые они выполняют, леса делятся на две группы. К первой группе отнесены леса заповедников, национальных парков и другие леса, выполняющие такие функции, как защитная, оздоровительная, санитарно-гигиеническая. Площадь этих лесов составляет свыше 4,8 млн. га, или 51,6%. Во вторую группу включены леса, которые наряду с экологическим имеют и эксплуатационное значение. Они занимают 4,5 млн. га, или 48,4% общей площади лесного фонда страны.

Наиболее богатыми лесами Гомельская, Витебская, Минская области : на их долю приходится соответственно 23,7%, 19,7% и 18,3% общей площади земель лесного фонда Республики Беларусь. По Брестской, Могилёвской и Гродненской областях этот показатель ниже – соответственно 15%, 12,9%, 10,4%.

Леса в Беларуси являются государственной собственностью. Основными владельцами выступают предприятия Министерства лесного хозяйства, в ведении которых находится 86% общей площади земель лесного фонда. Во владении и пользовании организаций Управления делами президента Республики Беларусь имеется 7,1%, остальная часть лесов принадлежит другим ведомствам и министерствам.

Почти 23% белорусских лесов являются рукотворными. Благодаря труду лесоводов в Беларуси ежегодно прирастает порядка 30,3 миллионов кубометров древесины. На одного жителя республики приходится 0,8 га покрытых лесом земель и более 160 кубометров древесного запаса, что в 2 раза выше среднеевропейского уровня. Ежегодно в стране создается порядка 20-25 тыс. га новых лесов.

Однако на современном этапе развития лесного комплекса существует ряд проблем, которые препятствуют развитию этой отрасли. Одной из проблем является низкая интенсивность использования лесных ресурсов. Это связано с тем, что выращивание леса является долговременным процессом, и затраты на его возобновление многообразны и трудно сопоставимы. Это объясняется тем, что некоторые мероприятия, связанные с лесовосстановительной деятельностью, защитой от вредителей, уходом за лесом, не дают во время их проведения продукции, пригодной для реализации. Продукция от данных мероприятий может быть получена и реализована только через много лет, при главной рубке леса. Наиболее обобщенным показателем, характеризующим интенсивность лесного хозяйства, принято считать корневую стоимость древесины, ежегодно заготовляемой на одном гектаре лесопокрытой площади, на которую устанавливаются лесные таксы (денежная оплата). Следующая проблема – нерационально сформированная система управления лесами. Это связанно с тем, каждое предприятие либо организация стремится извлечь выгоду от выращивания лесов и использования лесных ресурсов и не существует единой системы организация и ведения лесного хозяйства.

Несмотря на то, что лесной комплекс Республики Беларусь является таким экономически и экологически важным направлением народного хозяйства, большая часть его расходов до сих пор дотируется из бюджета. Лесное хозяйство

– одна из первых отраслей народного хозяйства, получивших инвестиционную поддержку Всемирного банка и кредит на осуществление проекта развития лесного хозяйства. Кредит выделен под интенсивное лесоводство, механизацию лесозаготовительных работ, запасные части, защиту лесов от пожаров, мониторинг загрязнения воздуха, радиационный контроль, мониторинг заболоченных земель, информационную систему управления лесным хозяйством (ИСУЛХ), лесные исследования, лесохозяйственное образование и подготовку кадров, программу борьбы с вредителями леса, маркетинг. В настоящее время стратегия развития отраслей лесного комплекса на перспективу определена следующими документами: Концепция развития лесного комплекса Республики Беларусь до 2015 г., программа «Многоцелевое использование лесов на период до 2015 г», Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г., Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2016-2020 гг и др.

Основными направлениями и принципами формирования лесной политики являются: непрерывное и многоцелевое лесопользование; сохранение и усиление защитных, санитарно-гигиенических и иных функций леса; сохранение биологического и ландшафтного разнообразия лесных биогеоценозов; создание законодательной базы и совершенствование экономических механизмов ведения устойчивого лесного хозяйства, постепенный переход его на самофинансирование и самоокупаемость; развитие инвестиционной политики; усиление социально-экономических функций леса..

Для повышения эффективности функционирования лесного комплекса страны в настоящее время реализуется Программа действий Правительства Республики Беларусь по повышению эффективности работы лесохозяйственного комплекса республики и улучшению переработки древесины, увеличению выручки и поступлений в бюджет от её реализации. Цель её – совершенствование механизма финансирования лесного хозяйства, переход его на самофинансирование и обеспечение рационального использования лесных ресурсов. Мероприятия программы сгруппированы по трём направлениям: повышение эффективности работы лесохозяйственного комплекса; совершенствование управления лесопользованием и развитие лесозаготовок; улучшение переработки древесины, увеличение объёмов экспорта лесобумажной продукции и рост поступлений в бюджет.

Задачами программы являются: разработка и внедрение механизма реализации древесины в заготовленном виде с формированием цен на неё исходя из спроса и предложения; уточнение состава источников доходов лесного хозяйства с передачей лесохозяйственным организациям всех доходов от использования лесного фонда; повышение эффективности реализации имеющихся древесных ресурсов на внутреннем и внешнем рынках; внедрение современных технических средств и технологий, снижающих себестоимость

лесохозяйственного производства. Важными факторами роста эффективности функционирования организаций лесного комплекса должны стать модернизация и техническое перевооружение действующих производств с расширением объёмов выпуска товаров из местного древесного сырья и экспортного потенциала отрасли; увеличение масштабов выработки тепловой энергии с использованием малоценной древесины и отходов; переход к международным нормам сертификации и стандартизации качества продукции лесного комплекса.

Список использованных источников

1. Статистический ежегодник Республики Беларусь, Беларусь в цифрах 2015: стат. сб. / Нац. статист. комитет Республики Беларусь. – Минск, 2015. – 609 с.

2. Янушко, А. Д. О проблемах развития лесного сектора экономики / А. Д. Янушко // Лесопромышленник. – 2012. – №8. – С. 4 – 7.

3. Программа развития лесного хозяйства до 2020 г.

Нусипова Гулмира
преподаватель
Әлжанов Досым
студент
АО «Университет Нархоз»
г. Алматы
Казахстан

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА В КАЗАХСТАНЕ

30 мая 2013 г. Указом Президента РК Н.А.Назарбаева была утверждена «Концепция по переходу Республики Казахстан к «зеленой экономике»». В своей основе поднимает вопросы эффективного использования природных ресурсов и повышения благосостояния граждан Казахстана через диверсификацию экономики и создание новых рабочих мест, а также улучшение условий жизни граждан, укрепление здоровья нации и увеличение продолжительности жизни населения путем улучшения состояния окружающей среды, обеспечения устойчивого развития за счет модернизации экономики и сбалансированного регионального развития. Среди предпосылок к переходу к «зеленой экономике» обозначено неэффективное использование ресурсов во всех основных секторах, приводящее к колоссальным экономическим потерям (от низкой продуктивности земель) — в размере 1,5-4 млрд долларов в год. Другими поводами для перехода к «зеленой экономике» стали значительная территориальная неоднородность в экономических показателях, в уровне жизни и в состоянии окружающей среды. И здесь внедрение новых индустрий и «зеленых кластеров» позволит снизить неравенство в развитии регионов и

использовать их потенциал в возобновляемой энергетике, сельском хозяйстве, управлении водными ресурсами, утилизации отходов и других секторах.

В Казахстане принят целый ряд программ, направленных на снижение экологической нагрузки.

Однако, в целом пока еще не удалось заметно снизить отрицательное воздействие загрязнения окружающей среды на экологические системы и здоровье населения. Все еще основными нерешенными проблемами в Казахстане остаются: выбросы парниковых газов, загрязнение атмосферного воздуха, нерациональное использование и загрязнение водных ресурсов, накопление отходов производства и потребления.

Наибольший вклад в объем выбросов диоксида углерода вносит энергетика, а из энергоносителей - уголь, при этом расчеты показывают, что доля угля в генерации выбросов будет возрастать интенсивными темпами. К 2020 году она составит 66%, в объеме валовых выбросов, образующихся от сжигания топлива.

Большинство отраслей экономики Казахстана характеризуются высокой энергоемкостью, вследствие чего в стране существуют огромные технические резервы для выполнения мероприятий, повышающих эффективность использования энергоресурсов. В настоящее время более 2/3 потребляемой энергии теряется в процессе ее использования, хотя современный уровень развития технологий позволяет иметь коэффициент полезного использования энергоресурсов не менее 50-60%.

Выбросы промышленных предприятий Казахстана в атмосферу в настоящее время составляют порядка трех миллионов тонн в год, из которых 85% приходится на 43 крупных предприятия. Существенно увеличиваются объемы загрязнения воздуха автомобильным транспортом, что обусловлено высокими темпами роста численности автотранспортных средств на территории республики. Данная проблема наиболее актуальна для крупных городов республики, где вклад автотранспорта в загрязнение воздушного бассейна достигает 60% и более от общегородского валового выброса.

Вследствие этого, в большинстве крупных промышленных городов стабильно отмечается превышение уровня соответствующих нормативных показателей загрязнения городской атмосферы.

По запасам минеральных ресурсов наша страна входит в пятерку самых богатых стран мира. В Казахстане сосредоточено 1/4 запасов урана. Национальное богатство страны составляет 2,5 трлн долларов. Поэтому на протяжении ближайших десятилетий экономика Казахстана будет развиваться на основе природных ресурсов. Наиболее важными из них являются углеводородные ресурсы. По оценкам западных специалистов, лишь по запасам нефти Казахстан в самое ближайшее время переместится с 13 на 5 место. Однако интенсивная разработка углеводородов может привести к неконтролируемым

техногенным нарушениям, поскольку нефтяные загрязнения - это особый вид загрязнений. 20 литров нефти загрязняют площадь, равную по площади стадиону. Проблему усугубляет нерешенность международных проблем по совместным работам в зоне Каспийского моря.

С нефтяной индустрией связывается и дальнейшее, экономическое развитие Казахстана. Однако, отрасль по-прежнему ориентирована на увеличение добычи и экспорта сырой нефти, а не на ее глубокую переработку, развитие нефтехимии и производство широкого ассортимента конкурентоспособной на внешнем рынке продукции. В этих условиях необходимо скорейшее внедрение в жизнь Программы Жасыл Даму – Зеленое развитие.

Целью Программы «Жасыл Даму» является сохранение и восстановление «природных экосистем». Достижение цели будет осуществляться посредством решения следующих задач; развитие «зеленой экономики»; снижение антропогенного воздействия на компоненты окружающей среды и здоровья; сохранение и восстановление природных экосистем; развитие и совершенствование системы управления качеством окружающей среды.

В разделе «Развитие «Зеленой экономики» предполагается создание условий для внедрения чистых технологий, ресурсосбережения, повышения энергоэффективности, внедрения возобновляемых источников энергии. Внедрение чистых технологий и ресурсосбережения планируется путем закрепления требований по обязательному использованию возобновляемых ресурсов и альтернативных источников энергии для крупных потребителей ресурсов введения показателей ресурсосбережения в комплексные экологические разрешения внедрения дифференцированных ставок платы за поверхностные водные ресурсы, способствующих созданию экономических стимулов использования отраслями экономики водосберегающих технологий, систем оборотного и повторного использования воды.

Конечным итогом выполнения программы должно быть повышение качества жизни людей. Несомненно, что в рамках концепции зеленого развития традиционные количественные экономические критерии (такие как ВНП, душевой доход и т.п.) недостаточны, необходимо вводить принципиально новые качественные интегральные критерии в качестве ориентиров развития. Качество жизни включает в себя растущее до определенного предела, а затем стабильное благосостояние человека, семьи. Кроме того - это очень широкий спектр нематериальных благ, таких как: гарантии личной безопасности, возможности получения качественного образования, качественное медицинское обслуживание, возможности культурного развития. Доступ к информации, возможно большее число степеней свободы во всех областях (от выбора профессии и места жительства до религиозного и национального самосознания и его реализации) и, безусловно, самое главное, комфортную окружающую среду, включая высокие эстетические качества ландшафта.

На качество жизни влияет другой важный критерий - снижение антропогенных нагрузок на окружающую среду.

Для Республики Казахстан переход к устойчивому развитию является насущной необходимостью. Рост экономики за счет эксплуатации природных ресурсов может происходить только на определенном этапе, для Казахстана этот этап уже пройден. В современных условиях для роста и развития требуются более прогрессивные механизмы.

Устойчивое развитие необходимо для достижения целей Стратегии развития Казахстана до 2030 года. Принцип устойчивого развития также заложен в основу стратегии вхождения Казахстана в число пятидесяти наиболее конкурентоспособных стран мира. Поэтому реализация намеченных в Программе мероприятий резко повысит, на наш взгляд, уровень качества жизни и состояния окружающей среды.

Список использованных источников:

1. Концепция экологического развития Республики Казахстан на 2003-2015 годы – Астана, 2003
2. Концепция перехода Республики Казахстан к Устойчивому развитию на 2007-2024 гг.- Астана, 2006
3. Тонкопий М.С. Экология и экономика природопользования. Алматы, 2003, Экономикс.

Овчарик Зоряна
к.е.н., доцент
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
м.Ніжин
Україна

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ

Останніми роками в Україні все частіше постає питання переходу економіки України на шлях інноваційних перетворень. Особливо актуальним є питання створення реально діючого механізму перетворення реальних знань у технологічні нововведення, за рахунок чого прогнозується можливість значного підвищення конкурентоспроможності національної (вітчизняної) економіки та її довгострокового зростання.

Інноваційна діяльність агропромислового виробництва передбачає створення новітнього продукту, технології, які дозволять перейти до нової організаційно-технологічної структури аграрного виробництва і забезпечити конкурентоспроможність продукції на ринках збуту.

Подолання кризових явищ та вибір правильних орієнтирів економічного розвитку АПВ свідчить, що найоптимальнішим із можливих напрямків у сільськогосподарській сфері є інноваційна. Лише таким чином можна швидко і

ефективно трансформувати сільськогосподарське виробництво, стимулювати мале і середнє підприємництво та водночас забезпечити вихід на світовий ринок, що надзвичайно важливо для нашої держави з її величезним потенціалом аграрної країни.

Поряд з постійним розвитком інноваційних технологій завжди існує ризик. Уникнути його цілком в інноваційному підприємництві не можливо, оскільки інновації і ризик - дві взаємозалежні категорії. Інноваційна діяльність має високий ступінь невизначеності. Дуже важко передбачати, яке нововведення буде мати успіх на ринку, а яке не буде користатися попитом. Тому інноваційним підприємствам у першу чергу варто ретельно аналізувати інноваційні проекти для того, щоб уникнути можливих помилок на самій ранній стадії - стадії відбору проектів. Активізації інноваційної діяльності в сільському господарстві на етапах розробки, апробації та відтворення новацій сприятиме створення технопарків, дослідних станцій й інших інноваційних структур. Це прискорить процес поширення і впровадження новацій, а також ліквідації тіньового ринку в аграрній сфері. Для здійснення інноваційного розвитку використовуються два підходи до розв'язання проблем: стабілізація і розвиток сільськогосподарських і харчових підприємств та розробка шляху розвитку з урахуванням регіональних аспектів.

Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів розроблена на виконання Постанови ВР України від 17 лютого 2009 р. «Про проведення парламентських слухань «Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів». Комітетом Верховної Ради з питань науки і освіти, Центром досліджень науково-технічного потенціалу та історії науки ім. Г.М. Доброва НАН України за участю інших наукових установ НАН України, а також центральних і місцевих органів державної влади із врахуванням ключових положень, закладених в проекті Стратегії інноваційного розвитку України на 2009-2018 роки та на період до 2039 року, підготовленого Державним агентством з інновацій та інвестицій України і Державним підприємством «Інститут економіки і прогнозування НАН України», та в ряді інших стратегічних проектів.

В умовах реформування української економіки виникла проблема пошуку фінансових джерел активізації інноваційної діяльності - прийняття відповідних законів, надання пільг, створення приватного капіталу, стимулювання припливу в науку талановитої молоді, оновлення наукових кадрів через удосконалення системи оплати праці та відродження престижу професії науковця.

Таким чином, на даному етапі розвиток інноваційної сфери при виході сільськогосподарських підприємств на зарубіжні ринки є основою подолання кризової ситуації у виробничої діяльності підприємств. Найголовнішими факторами слабкого розвитку є постійне реформування економіки, недостатнє фінансування з боку влади та інвесторів, а також небажання частини українських працівників застосовувати свої знання й навички в інноваційній сфері.

Самофінансування інноваційних заходів, на даний момент, найбільше використовується підприємцями, саме тому інноваційна діяльність характеризується низькими темпами розвитку.

Україна має реальні передумови для створення та утвердження інноваційної моделі розвитку економіки. Насамперед - це високий науково-технічний, кадровий та інтелектуальний потенціали, розвинута навчально-наукова система, високий освітній рівень населення, наявність кваліфікованої робочої сили, яка згідна працювати за не дуже високу платню.

Впровадження досягнень науки і техніки у реальне життя приведе до модернізації економіки, яка полягає в заміні одних елементів виробничої системи іншими, сучаснішими. До них можна віднести нові технології, які є результатами завершених наукових досліджень і розробок, а також ті що вдосконалені на базі використання нових знань.

Основним напрямом інноваційної діяльності для більшості підприємств, які займались нововведеннями, були продуктові інновації. Але все ж суттєвою проблемою залишається невідповідність між нагромадженим науково-технічним потенціалом і продуктивністю національної економіки, що більше ніж у 4 рази нижча, ніж у розвинутих країнах. Саме цей показник найбільш повно характеризує рівень виробництва. Низький рівень продуктивності праці обумовлює низьку оплату праці, яка є ознакою антиінноваційної економіки. Також проблемою є зменшення кількості суб'єктів ринку інтелектуальної праці за рахунок виїздів спеціалістів, які є носіями передових наукових і технічних ідей, за межі України.

Отже, розробка і реалізація інвестиційно-інноваційних проектів є важливою умовою переведення сільськогосподарського виробництва на інноваційну модель, яка набуває стратегічного напряму його соціально-економічного розвитку. Організаційною формою цілеспрямованого здійснення системи інвестиційно-інноваційних проектів може бути створення регіональних програм відродження й розвитку агропромислового виробництва та організації сільських територій, Таким чином, розвиток аграрного виробництва областей України набуває чітко вираженого спеціалізованого характеру.

Тож, аналіз сучасної економічної ситуації в Україні, наукові дослідження в інноваційній сфері свідчать про те, що необхідно: розробити проект стратегії збереження і розвитку науково-технічного потенціалу країни; посилити державний вплив на розвиток інноваційної діяльності за рахунок збільшення фінансування та сприяти розвитку малих і середніх інноваційних підприємств; створити політику структурних перетворень, при якій основні зусилля держави будуть спрямовані на зміну економічної структури всього господарського механізму.

Список використаних джерел

1. Гнаткович О.Д. Активізація інновацій у сільське господарство України. [Електронний ресурс] / http: // www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=65.

2. Іртищева І.О. Побудова інноваційних моделей регіональної агропродовольчої сфери на інтеграційній основі / І.О.Іртишева // Економіка АПК. - 2009. - №9. - С. 39-43.

3. Лайко П.А., Кулієв М.М. Інноваційні процеси в аграрному секторі економіки / П.А.Лайко // Економіка АПК. - 2009. - №9. - С. 26-30.

4. Міщенко І.М. Інноваційна діяльність у сільському господарстві. [Електронний ресурс] / http: // www.dy.nayka.com.ua/a/2_2009_15.files/image001.gif.

5. Шиян Д. В. Циклічність у формуванні сталого розвитку сільського господарства : монографія / Д.В. Шиян / Харк. нац. аграр. ун-т ім. Докучаєва. – Харків: ХНАУ, 2011. – 308 с.

Орлович Яна
студентка
Давыдова Наталья
к.э.н., доцен
Полесский государственный университет
г.Пинск
Республика Беларусь

ПРОБЛЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Внешняя торговля является важным способом развития национальной экономики, так как с ее помощью увеличивается производительность труда, общий объем производства.

В последнее десятилетие динамика внешней торговли Республики Беларусь характеризуется увеличением объемов товарооборота и услуг. Это связано с высокими темпами экономического роста, участием в интеграционных процессах в рамках СНГ. Структура промышленного комплекса определяет высокую степень открытости экономики, более 50% производимых в стране товаров поставляется на экспорт.[3]

Таблица

Динамика объемов внешней торговли товарами Республики Беларусь приведена в таблице, млн. долларов США

	2000	2005	2011	2012	2013	2014
оборот	15 972	15 972	15 972	15 972	15 972	15 972
экспорт	32 687	32 687	32 687	32 687	32 687	32 687
импорт	87 178	87 178	87 178	87 178	87 178	87 178
сальдо	92 464	92 464	92 464	92 464	92 464	92 464

Экспорт продукции представлен широким сортиментом. К числу ключевым продуктам экспорта относятся нефтепродукты и нефть, калийные и азотные

удобрения, металлопродукция, грузовые автомобили, тракторы, химические волокна и нити, шины, молочная и мясная продукция, сахар. Основу импорта составляют энергоресурсы (нефть и природный газ), сырье, материалы и комплектующее (металлы и изделия из них, сырье для химического производства, части машин), технологическое оборудование.

Основным торговыми партнерами Беларуси являются Российская Федерация, Европейский союз, Бразилия, Венесуэла, Эквадор, Китай, Индия, Индонезия, Турция.

Таблица

Динамика объемов внешней торговли услугами Республики Беларусь, млн. долларов США

	2000	2005	2011	2012	2013	2014
оборот	1 536	3 483	8 962	10 380	12 760	13 431
экспорт	1 000	2 342	5 610	6 336	7 506	7 820
импорт	536	1 141	3 352	4 044	5 254	5 611
сальдо	465	1 201	2 258	2 292	2 252	2 209

Транспортные услуги составляют более 50% от общего объема белорусского экспорта, что связано с выгодным географическим положением страны. К основным компонентам экспорта так же относятся компьютерные и строительные услуги. ЕС и Россия являются основными торговыми партнерами в сфере услуг[2].

Республика Беларусь является страной с малой открытой экономикой, ориентированной на экспорт. Проблемы внешней торговли связанны с торговым дисбалансом Республики Беларусь. Отрицательного сальдо торгового баланса связано с рядом явлений:

1) отсутствие позитивных изменений в товарной структуре экспорта, с преобладанием сырьевых ресурсов;

2) низкая диверсифицированность внешней торговли.

3) медленное развитие отечественной экспортной инфраструктуры. [1]

Для преодоления проблемы торгового дисбаланса Республики Беларусь следует применить следующие мероприятия:

1) активное привлечение иностранных инвестиций;

2)структурные преобразования экономики, которые приведут к росту экспорта;

3) наращивание экспорта услуг, а именно, сектора транспорта и логистики.

Таким образом, решение проблем внешней торговли Республики Беларусь путем реализации мер по изменению структуры и повышению конкурентоспособности национальной экономики будет способствовать достижению внешнеэкономической сбалансированности.

Список использованных источников:

1.Внешняя торговля товарами и услугами Республики Беларусь// Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016. –

Режим доступа: http://www.nbrb.by/statistics/ForeignTrade/– Дата доступа: 29.03.2016.

2. Об итогах внешней торговли товарами//Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 2016. – Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/makroekonomika-i-okruzhayushchaya-sreda/vneshnyaya-torgovlya_2/operativnye-dannye_5/ob-itogakh-vneshney-torgovli-tovarami/– Дата доступа: 29.03.2016.

3. Макроэкономика: учеб. пособие / А.В. Бондарь, В.А. Воробьев, Л.Н. Новикова [и др.]. – Минск: БГЭУ, 2007. – 415 с.

Орляк Юлия
студентка
Паршутич Ольга
к.э.н., доцент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ЗАРУБЕЖНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ И РОЛЬ ТНК В СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

К одним из основных тенденций развития международной экономики относят понятия глобализации и транснационализации. Транснационализация предполагает создание достаточно мощных и экономически сильных компаний, филиалы которых расположены во многих странах мира. Глобализация, в свою очередь, представляет собой процесс образования единой мировой системы путём втягивания рыночных и нерыночных хозяйств в рыночные отношения и дальнейшее максимальное сближение экономик. С данным понятием связана такая характерная черта, как движение международного капитала или зарубежное инвестирование. Действительно, в современных условиях сложно представить ситуацию, когда государство не вкладывало бы часть своих средств в экономику другой страны или же само не являлось потребителем иностранных капиталовложений. Ведь для успешного и быстрого развития собственной национальной экономики, повышения уровня производства, качественной модернизации, далеко не всегда находится необходимая сумма денежных средств, соответственно возникает потребность привлекать зарубежные капиталы.

При расчёте макроэкономических показателей высчитывают уровень ВВП – денежную сумму всех готовых товаров и услуг, созданных в стране за определённый период времени. Основная формула расчёта ВВП следующая: $Y = C + I + G + X_n$, где $X_n = E_x - I_m$, то есть ВВП = Потребление + Инвестиции + Государственные расходы + Чистый экспорт [1]. Размер инвестиций учитывает сумму внутренних и внешних инвестиций. Более подробно рассмотрим внешние

инвестиции (прямые иностранные инвестиции), как характерную особенность транснационализации. Прямые иностранные инвестиции (ПИИ) – форма зарубежных капиталовложений, как правило, на долгосрочной на основе в промышленность, торговлю, сферу услуг или коммерческие предприятия с целью получения прибыли. Согласно методологии Международного Валютного Фонда (МВФ) зарубежные инвестиции могут считаться прямыми только в том случае, если инвестор приобретает не менее 10% доли в уставном капитале того предприятия, куда он вкладывает средства [2]. Данное условие позволяет иностранным инвесторам оказывать сильное влияние на деятельность инвестируемых предприятий. Тем не менее, именно долгие сроки и эффективность работы объекта инвестирования заинтересовывают владельца капитала в дальнейшем сотрудничестве. Однако следует понимать, что не каждое государство может инвестировать значительные суммы на долгие сроки, в связи с этим считается, что основным субъектом ПИИ выступают транснациональные компании (ТНК). Количество инвестиций ТНК на мировом рынке значительно выросло за последние несколько десятков лет. На рисунке 1 можно увидеть приток ПИИ в развитые страны, развивающиеся и страны с переходной экономикой.

Приток ПИИ в развивающиеся страны и страны с переходной экономикой (в млрд. долл.)

Таким образом, из рисунка 1 видно, что за 2013 год наибольший приток ПИИ был в США, в том время как в Швейцарии возникла ситуация оттока ПИИ. Среди развитых стран в 2014 году смогли получить инвестиции Швейцария, Польша и Англия. Также увеличение притока зарубежных капиталовложений состоялось в ряде развивающихся стран или стран с переходной экономикой, например, Китай, Гонконг, Сингапур, Индия, Чили и Индонезия. Приток ПИИ в Российскую Федерацию за год снизился на 69,6%.

В целом можно сказать, что за последний несколько лет транснациональные компании предпочитают вкладывать средства в развивающиеся страны Азии, а в Африке, например, приток ПИИ сохраняется на уровне 54 млрд. долларов.

Российская Федерация переместилась с 5-го места на 16-е среди наиболее крупных получателей прямых зарубежных инвестиций, вследствие чего приток ПИИ в страну значительно сократился. В Европе приток ПИИ уменьшился на 11% до 289 млрд. долл.

Рис. 1. Приток ПИИ в развитые страны, развивающиеся и страны с переходной экономикой за 2013-2014 годы

Источник: Собственная разработка на основе [3]

Что же касается вопроса о влиянии самих транснациональных компаний на национальные экономики других стран, то на этот счёт не существует единой точки зрения. Существуют и положительные стороны, такие как определение ТНК конкурентоспособности товаров и услуг на мировом рынке, международное движение капитала, продвижение научно-технического прогресса, продажа патентов, лицензий и различных ноу-хау, углубление производственных связей между организациями и предприятиями, использование наиболее передовых технологий, так и отрицательные черты. Например, в силу своей экономической мощи и нацеленности на максимальную прибыль ТНК могут активно вмешиваться в политическую и экономическую жизнь другой страны, диктуя те условия, которые выгодны лишь для компании. Такое вмешательство может выражаться в виде установления монопольно высоких цен, открытым завоеванием природных ресурсов, навязывания тех направлений в развитии производства, которые государство считает ненужными и неперспективными. Кроме того, деятельность подобных компаний наносит огромный ущерб окружающей среде. Транснациональные компании довольно быстро продвигаются в другие страны, что создаёт реальную угрозу их национальной экономической безопасности, что также относится к негативной роли ТНК.

Список использованных источников

1. В / Валовый внутренний продукт [Электронный ресурс] // Investocks. Сборник экономических и финансовых терминов. – Режим доступа: http://investocks.ru/vvp-valovoj-vnutrennij-produkt/. – Дата доступа: 25.02.2016.
2. Гуржиева К.О. Классификация прямых иностранных инвестиций по способам ведения международной хозяйственной деятельности / К. Гуржиева // Научный журнал КубГАУ. – 2013.
3. Доклад о мировых инвестициях, 2015 год. Реформирование управления международными инвестициями [Электронный ресурс] // ЮНКДАТ. – Режим доступа: http://unctad.org/en/PublicationsLibrary. – Дата доступа: 25.02.2016.

Павлович Ирина
студентка
Филитович Анастасия
ассистент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

Внешняя торговля и ее развитие в настоящее время относится к одному из основных факторов экономического роста и развития страны и ее национальной экономики. В условиях высочайшей конкуренции на мировых рынках расширение внешнеторгового финансирования является одной из главных задач государственной важности. Рассмотрение темы о внешней торговле является актуальным, так как от нее во многом зависит благополучие каждой страны, в том числе и Республики Беларусь.

Внешняя торговля страны — это часть произведенных товаров и услуг, которые определенная страна выносит за пределы своей территории в целях реализации, а также та часть товаров, услуг и иных элементов вещественных и невещественных свойств, которые страна ввозит из-за границы. [1]

В последнее десятилетие динамика внешней торговли Республики Беларусь характеризуется стремительным увеличением объемов товарооборота и услуг. Это объясняется высокими темпами экономического роста, повышением научно-технического и транзитного потенциала, участием в интеграционных процессах в рамках СНГ, а также диверсификацией торгово-экономических отношений с другими регионами мира.

Динамика объемов внешней торговли товарами Республики Беларусь за 2014-2015 г. приведена в таблице [3]:

Таблица

Состояние внешней торговли в Республике Беларусь на 2014-2015 гг.

(млн.долл.США)

	2014 г.	2015 г.	2015 г .в % к 2014 году
Экспорт	36392	26649,1	74,2
Импорт	40788	30125,5	74,6
Сальдо	-4396	-3476,4	

По данным таможенной статистики в Республике Беларусь объем внешней торговли товарами (внешнеторговый оборот) за 2015 год составил 56,8 млрд. долл. США, что на 25,6% меньше, чем в 2014 году. Товарооборот со странами СНГ составил 32,3 млрд. долл. США (56,8% общего товарооборота) и снизился на 28,5%. Товарооборот со странами вне СНГ уменьшился на 21,4% и составил 24,5 млрд. долл. США.

Сальдо внешнеторгового оборота сложилось отрицательное в размере 3,5 млрд. долл. США (за 2014 год – отрицательное в размере 4,4 млрд. долл. США). Со странами СНГ сальдо внешнеторгового оборота сложилось отрицательное и составило 4,3 млрд. долл. США (за 2014 год – отрицательное в размере 3,1 млрд. долл. США). Со странами вне СНГ сальдо внешней торговли сложилось положительное и составило 0,8 млрд. долл. США (за 2014 год – отрицательное в размере 1,3 млрд. долл. США).

Экспорт Республики Беларусь составил 26,6 млрд. долл. США и снизился по сравнению с соответствующим периодом 2014 года на 25,8%. Экспорт в страны СНГ снизился на 33,3%, составив 14,0 млрд. долл. США.

Импорт Республики Беларусь в рассматриваемом периоде снизился на 25,4% и составил 30,1 млрд. долл. США. Импорт из стран СНГ снизился на 24,3%, составив 18,3 млрд. долл. США.

Анализируя статистические данные, можно сделать вывод о том, что в 2015 году Республика Беларусь ослабила свои позиции и место на мировом рынке, а отрицательные показатели экспорта характеризуют невозможность или даже неумение национальных товаров конкурировать и привлекать иностранных потребителей.

Причиной ухудшения этого показателя является также сужение российского рынка для инвестиционных и потребительских непродовольственных товаров из Беларуси.

Импорт товаров снизился главным образом, из-за удешевления углеводородов, занимающих значительную часть всего импорта, но также и из-за физического сокращения внешних закупок сырья и комплектующих, которых нужно теперь меньше ввиду упавшего объема производства.

Годовой объем внешней торговли, исходя из динамики «скользящего периода» 2015-го, будет в денежном выражении сокращаться и в 2016-ом году, дойдя, в итоге, до размеров «дна» последнего 10-летия - 2009-го года. Этому будет способствовать низкие цены, прежде всего, на нефть и газ.

Но сальдо при этом будет лучше, благодаря большему сокращению, в денежном выражении, импорта, чем экспорта: из-за глубокой девальвации, снизившей импортоемкость внутреннего рынка и падения покупательской способности населения, из-за сократившейся, но до сих пор значимой разницы между ценами импорта нефти и газа и ценами экспорта нефтепродуктов, из-за введенных совсем недавно таможенных пошлин и налогов на привлечение населением Республики Беларусь продукции из-за границы.

Для решения данной проблемы предлагаются следующие пути решения: Беларусь должна усилить сферу диверсификации в сфере рынков сбыта, изменить имидж страны путем новейших маркетинговых методов, в особенности развивать продвижение страны в сети Интернет, повышение качества сервиса и создаваемой продукции, постепенное создание культуры продаж, а также постепенная смена структуры производства и направления экспорта в нематериальную и неэнергоемкую продукцию.

Список использованных источников:

1. Международная торговля : учебник для бакалавриата и маги- стратуры / под ред. Р. И. Хасбулатова. — М. : Издательство Юрайт, 2014. — ст.19

2. Википедия [Электронный ресурс]. - Википедия - Режим доступа : http:/ https://ru.wikipedia.org/. Дата доступа : 10.03.2016

3. Государственный таможенный комитет [Электронный ресурс].- Государственный таможенный институт – Режим доступа: http://gtk.gov.by/ru . Дата доступа: 11.03.2016

Похилько Тетяна
студентка
Македон Галина
асистент
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
м. Ніжин
Україна

ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ УТИЛІЗАЦІЇ ВІДХОДІВ В УКРАЇНІ

Економічне зростання впливає на всі ланки життєдіяльності людини, у тому числі і на виробництво та споживання, що у свою чергу спричиняє збільшення залишків. Найбільше ця проблема постає перед країнами, що розвиваються, де до кінця не сформовано екологічне законодавство та прискорення економічного розвитку вирішуються за рахунок погіршення стану зовнішнього середовища [1].

За даними Організації Економічного Співробітництва та Розвитку (ОЕСР) було підраховано, що 1% зростання національного доходу на 0,69% підвищує кількість твердих побутових відходів [2]. Крім того, змінюється і склад відходів: збільшується кількість міських харчових відходів (на 44% в період між 1995 та 2013 рр.), в потоці відходів зростає частка складних відходів (електронних, наноматеріалів, побутових товарів).

Як і для більшості країн, що розвиваються питання утилізації відходів постає для України достатньо гостро. Часовий інтервал з 2000 по 2008 році характеризувався суттєвим зростанням рівня життя громадян України, що при невирішеності питань утилізації відходів призвело до зростання обсягів накопичених відходів життєдіяльності [3].

В умовах зростання вартості сировинних ресурсів украй нераціонально як з економічної, так і з екологічної точки зору ховати під землею готову сировину, придатну до повторного використання. Головною проблемою використання цієї сировини стає його вилучення зі сміттєвої маси, оскільки в суміші вона майже непридатна для переробки.

В Україні практично не використовується рециркуляція, хоча збереглися деякі схеми з часів планової економіки, такі як повторне використання скляних пляшок та макулатури. Однак, в часи планової економіки перероблялась тільки незначна частка побутових та надзвичайно небезпечних промислових відходів, що генерувались потужним військово-промисловим комплексом країни. Внаслідок низького рівня доходів більшості населення швидкість генерації відходів в Україні суттєво менша, ніж в розвинутих країнах світу. На даний час існує понад 30 сміттєзвалищ на відстані до 10 км від Києва, що займають площу більше 160 га. На підставі цих даних можна зробити висновок, що середнє сміттєзвалище має площу 5 га. У подальшому цей показник буде використано для загальної оцінки впливу сміттєзвалища на екологічний стан його оточення. За законом про державні будівельні норми в Україні, у радіусі 1 км від полігону заборонено будувати дома та установи, де накопичується велика кількість людей [4]. В зв’язку з цим положенням, з використання виводиться суттєво більша площа, ніж територія сміттєзвалища. Зробимо спробу оцінити цю територію.

Для середнього полігону площиною 5 га загальна площа, що неприродна ні для сільськогосподарського (виробництво аграрної продукції), ні для соціального (будівництво житла) використання, відповідно до діючого законодавства складає приблизно 4,2 квадратних кілометра [5]. А це означає що мультиплікатор для площ сміттєзвалищ дорівнює 84.

За даними українського комітету статистики в Україні на 2013 рік (Табл.1) накопичено 15,1 млрд.т відходів у спеціально відведених місцях (зокрема, полігонах) 1-4 класів (включно мало небезпечні відходи, відходи домогосподарств, організацій і підприємств). З них у 2013 році утилізовано 147 млн.т. Відходи 1-3 класів складають 12,6 млн.т, [6].

Таблиця 1

Основні показники накопичення та утилізації відходів в Україні 2010-2013 р. за даними комітета статистики.

Рік	Наявність на кінець року у спеціально відведених місцях чи об'єктах та на території підприємств, млн.т		Утилізовано, млн.т	
	1-3 класів	1-4 класів	1-3 класів	1-4 класів
2010	16,2	13 267	0,64	145,7
2011	15,2	14 422	0,59	153,7
2012	14,3	14 910	0,54	143,5
2013	12,6	15 167	0,44	147,2

Джерело: http://www.ukrstat.gov.ua/

З таблиці бачимо, що відбувається постійне накопичення відходів 1- 4 класів. Частка утилізованих відходів 1-3 класів складає 4%, а 1-4 класів – 1%, з чого можна зробити висновок, що відходи 4 класу майже не утилізуються, та 99% всіх відходів

Але багато звалищ мають локальне (місцеве) значення та не враховуються при обліку кількості відходів. На часовому інтервалі 1994-2012 рр. швидкість генерації стабільно зростала (0,13 млн.т. за рік), причому за нулевою гіпотезою (відсутність зростання обсягів відходів потрібно відхилити на рівні значущості 1%). У подальшому можна використати отриману залежність для оцінки обсягу інвестицій, що потрібні для утилізації обсягів, що накопичено.

Разом зі зростанням кількості сміття, зростають і площі, на яких розташовані сміттєзвалища. На даний час офіційно зареєстровано 4485 сміттєвих полігонів, а неофіційно їх кількість сягає близько 10 тис. [7]. Якщо врахувати територію під несанкціонованими сміттєзвалищами, площі яких зростають і складають близько 13 тис. га, то загальна площа під сміттєзвалищами значно збільшиться.

Одним з найперспективнішим методом утилізації відходів є рециклінг, коли вторинна сировина не спалюється, а готується до повторного використання. Тому в Україні ми рекомендуємо використовувати рециклінг, який має найменший вплив на екологічний стан та потребує не настільки значних початкових інвестицій, однак потрібне сортування сміття, що здійснюється населенням і має відносно невеликі фінансові вкладення на переробку 1 тони сміття. Разом з цим ми можемо вирішити сировинне питання, адже перероблене сміття буде використовуватись вторинно та стає знов товаром.

Із зростанням добробуту, зростає кількість відходів на душу населення, що призводить до появи величезних звалищ та погіршення екологічної ситуації. Швидкість генерації відходів в Україні стабільно зростає, тоді як обсяг переробки складає не більше 10% від швидкості генерації. На даний момент на території України знаходиться 15,1 млрд.тон відходів 1-4 категорії, швидкість генерації яких стабільно зростає на 0,13 млн.тон в рік та у 2014 році досягла 9 млн. т на рік.

Разом зі зростанням кількості сміття, зростають і площі, на яких розташовані сміттєзвалища з швидкістю 160 гектарів на рік, та до 2020 року прогнозна оцінка площ сміттєзвалищ досягне 14 тис. га. Оцінити загальну площу, що виведено з користування, можна за допомогою мультиплікатора площ і вона до 2020 року за прогнозними оцінками буде перевищувати 1 млн. га.

Ефективність кінцевих результатів утилізації значною мірою залежить від реалізації принципів системного підходу, який враховує інтереси як суспільства, так і бізнесу, тому треба використовувати трьох елементний підхід для вирішення задачі утилізації відходів: суспільство, бізнес і узагальнений уряд, який включає як місцеві так центральні органи влади .

В розвинутих країнах для утилізації сміття використовують сміттєпереробні заводи, що працюють за новітніми технологіями та приносять прибутки через впровадження системи розділення за фракціями та використання сировини вторинно (рециклінг). Крім контролю за екологічною ситуацією та санітарно-епідеміологічними нормами це вирішує проблему сировини, адже перероблене сміття використовується вторинно та стає товаром.

Список використаних джерел:

1. Organisation for Economic Cooperation and Development, OECD. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.oecd.org/.
2. Урядовий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kmu.gov.ua/
3. Державний комітет статистики України. Основні показники поводження з відходами. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2006/ns_rik/ns_u/opap_u2005.html.

Приходченко Тетяна
к.е.н., доцент, докторант
ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В. Гетьмана»
м. Київ
Україна

ЗВ'ЯЗОК РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ З РЕГІОНАЛЬНОЮ ПОЛІТИКОЮ

В умовах ринку підґрунтям ефективного господарювання країни стає надання більшої самостійності її регіонам, насамперед у сфері вирішення повсякденних питань місцевого розвитку. Разом з тим, при домінуванні ліберальних цінностей та свободи господарського вибору не має бути втрачено координуючу та стимулюючу роль центру, що представляє інтереси усього суспільства та країни в цілому. Це зумовлює необхідність існування та подальшого удосконалення системи регіонального управління в загальній системі державного управління. Налагодження ефективного регіонального управління займає ключове місце в системі регіональної політики України.

Під регіональною політикою в широкому розумінні слід мати на увазі різновид міжнародної, державної та внутрішньодержавної діяльності політичних суб'єктів з метою створення та перерозподілу економічних, соціальних та інших ресурсів між регіонами заради досягнення стратегічних цілей розвитку. Регіональна політика є особливим видом державної політики, а її ініціатором та реалізатором виступає держава (через спеціально уповноважені на це інститути).

Державна регіональна політика здійснюється на трьох рівнях: на національному, субнаціональному та міждержавному. [1] З огляду на необхідність вирішення соціально-економічних завдань внутрішнього розвитку найбільше значення для країни має регіональна політика, що реалізується на національному та субнаціональному рівнях. Виходячи з цього традиційно державна регіональна політика розглядається як комплекс взаємопов'язаних заходів, спрямованих на розробку та реалізацію ефективних механізмів управління економічним, соціальним, культурним та екологічним розвитком регіональних систем на основі узгодження регіональних та державних інтересів, раціонального використання наявного на місцевому рівні обмеженого ресурсного потенціалу. У кожній із вищезазначених сфер регіональна політика конкретизує мету та напрями розвитку регіонів, ставить низку цільових завдань, реалізація яких передбачає:

– зміцнення соціально-економічних засад держави та збереження її цілісності; політичної, військової, економічної та соціальної безпеки; стабільності соціально-економічного розвитку;

– підвищення конкурентоспроможності регіонів та їх ресурсного потенціалу;

– формування розвинутого інституційного середовища для комплексного розвитку регіонів та успішного проведення структурних реформ на регіональному рівні;

– створення комфортного та безпечного середовища для кожної людини, незалежно від місця її проживання;

– забезпечення розвитку міжрегіональної співпраці (міжрегіональної кооперації, розвитку інтеграційних процесів на міжрегіональному рівні) тощо.

Державна політика регіонального розвитку реалізується через розробку, ухвалення та практичне втілення Державної стратегії регіонального розвитку, що визначає основні принципи та напрями регіонального розвитку; його стратегічні завдання; національні пріоритети, державні вимоги щодо особливостей розвитку відповідних макрорегіонів; механізми реалізації стратегії; заходи з підвищення конкурентоспроможності регіонів тощо. [2] Виконання цих завдань потребує політичної волі органів влади всіх рівнів, публічного урядування, для того щоб вони взяли на себе виконання функцій комплексного розвитку регіонів країни. Так виникає об'єктивна потреба в регіональному управлінні, що являє собою систему цілеспрямованого соціально-політичного впливу як ззовні, так і в межах регіону з метою отримання певного очікуваного позитивного значущого політичного та соціально-економічного

результату, узгодженого з цілями, визначеними національною державною регіональною політикою.

В Україні «регіон» традиційно розглядають як: територіально-економічну одиницю, територіально-адміністративну одиницю та громаду (що об'єднує всіх мешканців на певній території). Відповідно до таких ознак «регіону» система регіонального управління поєднує в собі:

✓ систему центральних і регіональних органів влади;

✓ сукупність функцій, що здійснюються державними органами, а також різноманітні методи, ресурси, які використовуються для реалізації цих функцій;

✓ підсистему зв'язків (прямих і зворотних), що виникають між об'єктами і суб'єктами регіонального управління.

В умовах трансформації ринкових відносин розвиток системи регіонального управління постійно перебуває у стані модифікації та модернізації. З огляду на це визначення напрямів і шляхів раціоналізації системи управління; оптимізація системи регіонального управління з урахуванням сучасних вимог і завдань соціально-економічного та просторового розвитку країни тощо також перебувають у процесі реформування.

Для реалізації державної регіональної політики система регіонального управління застосовує механізми та інструменти цільового впливу (державного регулювання) розвитку регіонів (насамперед ідеться про соціально-економічний розвиток регіонів) [3].

Об'єктом регіонального управління традиційно виступає регіональний соціально-економічний комплекс, особливостями якого є: наявність певних територіальних меж, інфраструктурного забезпечення (дороги, комунікації, житлово-комунальні мережі тощо); певна консервативність соціально-економічного розвитку, викликана спеціалізацією виробництва.

Таким чином, удосконаленню концептуальних засад та вирішенню практичних питань у сфері стимулювання розвитку регіонів допоможе вирішення наступних завдань:

По-перше, треба комплексно проаналізувати та інвентаризувати джерела надходження державних коштів до регіонів на цілі регіонального розвитку через усіх розпорядників бюджетних коштів. Це допоможе виявити реальну картину спрямування коштів у регіони й оцінити ефективність їх використання. Виконання цього завдання доцільно покласти на Міністерство регіонального розвитку, будівництва та ЖКГ. [4]

По-друге, потрібно неухильно зміщувати акценти від прямого бюджетного фінансування до опосередкованих інструментів стимулювання регіонального розвитку. Надання цілеспрямованого державного сприяння повинно розглядатися лише в тих регіонах, які не здатні самостійно вирішувати проблеми структурної адаптації. При цьому регіонально направлена дія повинна мати додатковий стимулюючий характер й орієнтуватися на те, щоб підтримати зусилля самих регіонів.

По-третє, при стимулюванні регіонального розвитку перевага повинна надаватися в першу чергу малим та середнім підприємствам, що діють у визначених пріоритетних галузевих сферах. До цих видів діяльності потрібно прив'язувати пільги з оподаткування, доступ до держзамовлень тощо. Необхідно розробити такі регіональні програми підтримки малого та середнього підприємництва, комплекс пріоритетів і заходів яких би реально відповідав потребам місцевого малого бізнесу й регіональної економіки.

По-четверте, одним з важливих елементів політики підвищення конкурентоспроможності економіки регіонів може бути розвиток регіональних промислових кластерів. Концепція галузевих кластерів успішно використовується як ключовий елемент при розробці стратегій стимулювання економічного розвитку на різних політико-географічних рівнях, в т.ч. на регіональному рівні, на рівні міста, для економічно й соціально депресивних регіонів. Ключовим чинником успіху при розробці та реалізації стратегії розвитку кластерів є активна позиція лідерів бізнесу, а також продуктивне партнерство між різними групами інтересів в регіоні.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про засади державної регіональної політики» – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T150156.html.
2. Постанова Кабінету Міністрів України № 385 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2020 року» від 06.08.14р. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http:// http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/385-2014-%D0%BF.
3. Закон України «Про стимулювання розвитку регіонів» – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2850-15.
4. Сайт Міністерства регіонального розвитку, будівництва та ЖКГ України. – [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://www.minregion.gov.ua.

Рахмаева Алина
студентка
Рабцевич Андрей
ассистент
Башкирский государственный университет
г. Уфа
Российская Федерация

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНЦЕПЦИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИНАМИКИ В СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ

Применение концепции экономической динамики связано с развитием культурной, политической и социальной сфер. Именно экономические факторы оказывают влияние на всевозможные сферы и саму жизнь общества. Существует множество исследований по изучению разнообразных циклов. В экономической

среде большое внимание уделяется исследованию моделей делового цикла. Рассмотрим некоторые модели, носящие социально-экономический характер.

Например, в модели «неверных представлений работников» подразумевается, что основанием кратковременных колебаний экономики является отсутствие понимания различия между номинальной и реальной заработной платой. Считается, что работник, прежде всего, обращает внимание на уровень заработной платы, которая выплачивается ему работодателем в соответствии с трудовым договором, тогда как именно реальная заработная плата снижается по причине повышения цен на потребительские товары и услуги, и этот факт воспринимается не так болезненно [5, с.141].

По мнению сторонников модели «реального экономического цикла», предложение рабочей силы возрастает в тот момент, когда работодатель готов заплатить ему достаточно денег, чтобы он мог удовлетворить свои потребности на среднем уровне. Когда же оплата за труд оказывается недостаточной, работники не хотят работать. Данная модель предполагает, что колебания занятости населения определяются реализацией потенциала рабочей силы в процессе труда. Экономические потрясения подвергают временному увеличению уровень оплаты труда, что вызывает рост объема производства и повышение предложения на рынке труда [6, с.47].

Среди экономистов происходят различные дискуссии по поводу моделей деловых циклов [1, с.25]. Часть экономистов считает, что вмешательство государства может сгладить колебания рыночных механизмов. Другие, наоборот, считают, что потенциал государства в сфере регулирования экономики ограничен.

Как можно заметить, огромную роль прогнозирование экономических колебаний играет и в политической борьбе. Так, в 1990г. в США начался краткосрочный спад, который завершился в 1991г. Однако пессимистические прогнозы развития экономики продолжали публиковаться средствами массовой информации еще некоторое время [4, с.11].

С. Кузнецом в экономической динамике выявлены особые строительные циклы (15-25 лет.) Этот период связан с массовым обновлением и созданием производственных и жилых помещений. С. Кузнец не сомневался в наличии циклической составляющей в динамике цен товаров со средним периодом около 20 лет. Одновременные циклы были проявлены в росте денежной массы, платежном балансе, межстрановых потоках капитала и внутристрановых инвестициях. Он считал, что главной причиной колебаний являются демографические процессы, связанные с естественным движением населения, внутренней и внешней миграциями.

Русский экономист Н.Д. Кондратьев (1892-1938) исследовал динамические ряды экономических показателей при помощи математической статистики. Кондратьев обнаружил присутствие длинных волн конъюнктуры в мировой экономике. В начале 20-х годов XXв. он сделал вывод о том, что циклические движения представляют собой процесс отклонений от среднего тренда. Рост больших циклов, по его мнению, связан с нововведениями и техническими

изобретениями, вырабатыванием и укоренением новейших областей промышленности [3, с.208].

Й. Шумпетер также оказал важнейшее влияние на исследования цикличности. Он пытался построить логически связанную теорию экономического развития, исследуя основы динамики макроэкономической системы. Шумпетер полагал, что существенной подвигающей силой формирования экономики являются предприниматели и проявлял особенный интерес особенностям их поведения: способности рисковать и изобретать, производить новые технологические идеи [7, с.102].

Принимая решения, руководители, обычно, имеют установленную точку зрения на свои результаты. В последние годы возник ряд исследований поведения предпринимателей, базирующихся на принципе узкой рациональности Г. Саймона. Подобный подход позволил создать ряд моделей, объясняющих циклический характер многих экономических процессов.

Экономические предпосылки являются фундаментом большинства теорий в социальных и гуманитарных науках. Ряд экономистов уделяет огромное внимание социальным факторам. Так, сторонники интегрированного подхода ученые К. Перес, И. Миллендорфер считают, что при определенных условиях они оказывают влияние на экономическую эффективность, определенные социальные факторы также могут спровоцировать кризис в экономике. Одной из причин кризисов является отклонение скоростей инноваций в экономических и социальных областях. В теории И. Миллендорфера отмечается, что колебания психологических факторов, выражающих поведение человеческих индивидов и связанных некоторой константой, воссоздающей отношение и смену поколений, задают ритм колебаний в смежных социально-экономических процессах.

Таким образом, социологические факторы при конкретных условиях действуют на экономическую эффективность негативно и могут привезти к кризису. Одной из причин кризисов обнаруживается рассогласование скоростей в социальных и экономических областях.

Список литературы

1. Алексеев О.А. Глобализация и регионализация: противоречия мирового развития и поиск устойчивости // Ноосферная парадигма модернизации экономики региона: возможности и реалии устойчивого развития: сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции, 12 марта 2015 г. - Уфа: Аэтерна, 2015. С. 25-29.

2. Карачурина Э.Ф. Моделирование социального партнерства / Э.Ф. Карачурина, А.А. Рабцевич // Культура, наука, образование: проблемы и перспективы: материалы IV Всероссийской научной конференции, 12-13 февраля 2015г. - Нижневартовск: НГУ, 2015. - с.102-103.

3. Кондратьев Н.Д. Проблемы экономической динамики. М., 1989. - 526с.

4. Меньшиков С.М. Западная экономика: преодоление кризиса // Проблемы теории и практики управления. - 1994. - №5. - с.6-11.

5. Рабцевич А.А. Методические основы исследования инновационной ориентации работодателя // Экономика и сервис: от теории к практике: материалы II Международной заочной научно-практической конференции, 7 мая 2014г. - Владимир: ВлГУ, 2014. - с.140-148.

6. Рабцевич А.А. Условия достижения инновационной ориентации регионального рынка труда // Общество. Среда. Развитие. - 2014. - №2. - с.45-50.

7. Шумпетер И. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. - 403с.

Рибчинська Ольга
аспірант
Львівська Комерційна Академія
м. Львів
Україна

СТАЛИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ ЯК ШЛЯХ ПОДОЛАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ КРИЗИ

У всьому світі, сталий розвиток визнається як потенційно новий шлях для створення стійких міст, скорочення масштабів злиденності і охорони навколишнього природного середовища. Його метою є досягнення тісного зв'язку між економікою, суспільством і навколишнім середовищем, концепція сталого розвитку більшою мірою зосереджується на зміцненні потенціалу та створенні нових можливостей для підтримки або досягнення бажаних соціальних, економічних і екологічних цілей як для нинішнього так і майбутніх поколінь.[1,2,3] В результаті, протягом останніх трьох десятиліть ідея сталого розвитку стала ключовою в міжнародній політиці. Зокрема, простежується виникнення міжнародних організацій, таких як Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй (UNDP), Програма Організації Об'єднаних Націй щодо охорони навколишнього середовища (UNEP) та інші, на додаток також було проведено низку міжнародних конференцій в тому числі Конференції Організації Об'єднаних Націй з питань сталого розвитку (Ріо-2012, Ріо + 20, Саміт Землі 2012), що підкреслює глобальну прихильність ідеалам сталого розвитку. Зважаючи на глобальні проблеми сьогодення, такі як: зміна клімату, швидка урбанізація, погіршення стану навколишнього середовища, збільшення злиденності, відсутність продовольчої та енергетичної безпеки та фінансова криза, все більше ведуть до розуміння того, що практичне розуміння сталого розвитку є необхідним і невідкладним, особливо в країнах, що розвиваються.[4,5]

Зважаючи на виклики сьогодення Україна виявила бажання стати на шлях сталого розвитку ще на конференції в Ріо-де-Жанейро в 1992 році, проте незважаючи на значну кількість прийнятих нормативно-правових актів [6], практичні механізми втілення вимог законодавства щодо забезпечення сталого розвитку не є розвинені належним чином. [7;с.277-278]

Потрібно зазначити, що основною причиною неможливості переходу на шлях сталого розвитку є не тільки невдала законодавча система, без механізмів виконання, а й брак політичної волі. За теперішньої енергетичної кризи з якою стикнулась наша держава, сталий розвиток відкидається на невизначений термін, оскільки багато скептиків вважають, що він є неможливим на даному етапі і дуже затратним, проте існують і такі, хто вважає що тільки прагнення до довгострокової стійкості і будівництво нової енергетичної системи зможе забезпечити основу для нової економічної системи, що в свою чергу приведе до більш світлого економічного та екологічного майбутнього.

Що є парадоксальним рішення нашої енергетичної кризи лежить у вирішенні екологічих та "стійких" проблем, адже в першу чергу наша держава зараз стикається з проблемами свого забезпечення енергоносіями, що напряму пов'язано з економічним добробутом, окрім того це загрожує її енергетичній безпеці. Диверсифікація джерел енергії та ефективне використання енергетичних ресурсів, що є парадигмою стійкого розвитку, стало рішенням для багатьох країн світу, а для нас це є «життєво необхідно», щоб досягнути очікуваних результатів в першу чергу потрібно замислитись над вирішенням проблем, які перешкоджають сталому розвитку України, зокрема: брак бюджетного фінансування, неналежний інвестиційний клімат, недопустимий фізичний стан енергетичної інфраструктури, субсидіювання цін на енергоносії та ін., проте потрібно розуміти, що їх вирішення є лише початком, орієнтиром на довгострокову перспективу є розвиток альтернативних джерел енергії.

Підсумовуючи варто сказати, що досягнення сталого економічного розвитку потребує значних змін не тільки в законодавчій сфері, а й у всіх галузях економіки, проте ці зміни та їх результати здатні подолати кризові явища з якими ми стикнулись сьогодні та забезпечити економічний та соціальний добробут.

Список використаних джерел

1. Cobbinah, P.B., Black, R., & Thwaites, R.. Reflections on six decades of the concept of development: Evaluation and future research. Journal of Sustainable Development in Africa, 13(7), 134-149.-2011

2. Folke, C., Carpenter, S., Elmqvist, T., Gunderson, L., Holling, C. S. & Walker, B. Resilience and sustainable development: Building adaptive capacity in a world of transformations. A Journal of the Human Environment, 31(5), 437–440.-2002

3. WCED. Our Common Future, Report of the Brundtland Commission, U.K: Oxford University Press. - 1987

4. World Economic and Social Survey. Sustainable Development Challenges, Department of Economic and Social Affairs. United Nations, New York - 2013

5. Amoateng P.: Sustainable Development in Developing Countries: Ramifications of Urbanisation and Poverty, School of Environmental Sciences, Institute for Land Water and Society, Charles Sturt University, Australia. -2015, с. 1

6. Державне агентство з енергоефективності та енергозбереження України/Нормативно-правові акти. [Електронний ресурс]. ─ Режим доступу: http://saee.gov.ua/uk/regulations

7. УКРАЇНА: Стратегічні пріоритети. Аналітичні оцінки-2006. ─ К. НІСД, 2006.

Ровгейша Виктория
студентка
Артеменко Светлана
ст. преподаватель
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»
г. Горки
Республика Беларусь

АНАЛИЗ КОНСУРСОВ БРЕНДОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И УКРАИНЫ

Бренд – комплекс представлений, ассоциаций, эмоций, ценностных характеристик о продукте либо услуге в сознании потребителя. Ментальная оболочка продукта или услуги. Бренд является абстрактным названием. Является составляющей торговой марки, но не является ей. Он символизирует какие-либо определённые качества продукта или характеристики самого производителя продукта [1].

В Республике Беларусь ежегодно с 2000 года проходит в национальном масштабе профессиональный конкурс бренд года. Он направлен на развитие компетенций в области маркетинга и брендинга в стране, конкурентоспособности отечественных марочных товаров и брендового сознания потребителей.

Миссией конкурса является содействие развитию конкурентоспособности и компетенций отечественных предприятий в создании и продвижении собственных брендов на отечественном и мировом рынках.

Особенность «Бренда года» в Беларуси – это детальные бренд-пакеты, которые готовят участники.

Каждый участник должен аргументировано представить:

- бренд-стратегию, в первую очередь концепцию позиционирования бренда
- идентичность, комплекс атрибутов бренда
- коммуникационную стратегию
- результаты, которых добилась компания с брендом за минувший год.

Основными критериями оценки брендов-конкурсантов выступают:

- Стратегия бренда;
- Идентичность бренда;
- Коммуникация, активность бренда и результаты в конкурсном году.

Бренд года в категориях потребительской номинации определяет победителей на основе общенационального опроса с репрезентативной выборкой респондентов. Исследование охватывает все регионы.

Для определения брендов-лидеров используются открытые вопросы для спонтанного вспоминания торговых марок.

Победители в профессиональной номинации конкурса определяются по стандартам маркетинга, брендинга и маркетинговых коммуникаций [2].

Всеукраинский конкурс – рейтинг «Бренд Года» основан в 2000 году. В 2001 году Конкурс получил поддержку Кабинета Министров Украины и Совета предпринимателей Украины.

Цель конкурса – формирование высшей лиги украинского бизнеса, задача конкурса – это упрощение выбора конечным потребителем в пользу бренда.

Конкурс выполняет важную и полезную миссию – оказывает содействие в структуризации экономики страны.

Оценка брендов базируется на основании исследований, где обрабатываются данные о бренде по пяти базисным критериям:

- степень известности бренда (Brand Awareness);
- лояльность к бренду (Brand Loyalty);
- соответствие бренда (Brand Relevance);
- идентификация бренда (Brand Identity);
- присутствие бренда (Brand Presence).

На основании полученной информации проводится всеукраинское голосование в основных категориях товаров и услуг посредством заполнения электронных анкет и проведения электронных голосований в которых принимают участие непосредственно потребители. [3].

Таким образом, оба конкурса нацелены на повышение конкурентоспособности отечественных предприятий и продвижение брендов на внутреннем и внешнем рынках. Участие в данных конкурсах помогает участникам оценить возможность своих брендов. Главной отличительной особенностью «Бренда Года» в Беларуси являются детальные бренд-пакеты, которые должны подготавливать сами участники. На белорусском конкурсе бренды оцениваются по трём основным критериям: идентичность, стратегия и коммуникация, в то время как на украинском – по пяти. Преимуществом украинского и белорусского конкурсов брендов заключается в том, роль жюри выполняют сами потребители.

Список использованных источников

1. Бренд [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/-wiki/%D0%91%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%B4. Дата доступа: 01.04.2016
2. Профессиональный конкурс БРЭНД ГОДА [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://bestbrand.by/. Дата доступа: 01.04.2016
3. Всеукраинский Конкурс – рейтинг «Бренд Года» [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.brandroku.com.ua/. Дата доступа: 01.04.2016

Ромашко Татьяна
студентка
Паршутич Ольга
к.э.н., доцент
Полесский государственный университет
Республики Беларусь, г. Пинск

УЧАСТИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В МЕЖДУНАРОДНОМ ДВИЖЕНИИ КАПИТАЛА

Мы живем в условиях мировой экономики, которая характеризуется не только свободной торговлей товарами и услугами, но даже в большей степени свободным движением капитала. Процентные ставки, курсы обмена валют, курсы акций в различных странах связаны самым тесным образом и мировой рынок ссудных капиталов начинает оказывать огромное влияние на экономические условия.

На современном этапе международное движение капитала служит определяющим элементом в функционировании мировой экономики, развитии всевозможных форм международных хозяйственных связей.

Перемещение капитала за рубеж представляет собой процесс, в ходе которого происходит изъятие части капитала из национального оборота одной страны и помещение его в различных формах в другой. Международное движение капитала означает миграцию капиталов между странами, которая приносит доход их собственникам.

Изучение влияния миграции капитала актуально потому, что быстрый рост в последнее десятилетие международной торговли, международных межбанковских кредитов, межправительственных займов и операций на фондовых и валютных биржах разных стран мира сопровождался бурным развитием международного рынка капитала.

Прямые частные капиталовложения в промышленность, не только приносят развивающимся странам чистый прирост национального богатства, но и влекут за собой приток иностранных специалистов, которые способствуют подъему технического и культурного уровня страны, облегчают возможность подготовки квалифицированных кадров, распространению наиболее современных технологических методов.

Действительно, с одной стороны, иностранный капитал, привлеченный в национальную экономику оказывает положительное влияние на экономический рост, с другой стороны, накладывает определенные обязательства, создает многообразные формы зависимости страны - заемщика от кредитора, вызывает резкий рост внешнего долга. Таким образом иностранный капитал может иметь неоднозначные последствия.

В последние годы сложилась положительная тенденция поступления иностранных инвестиций в реальный сектор экономики Республики Беларусь .

Наибольшие инвестиции в 2014 году вложили компании России (41,6%), Великобритании (18,6%), Нидерландов (13,0%). При этом совокупные поступления иностранных инвестиций в экономику Беларуси в 2014 году составили 15084,4 млн. долл. США, что на 110,1 млн. долл. США (0,7%) больше, чем в 2013 году, и на 754,6 млн. долл. США (5,3%) больше, чем в 2012 году.

Наибольший удельный вес в накопленном иностранном капитале в 2014 году приходился на прямые инвестиции – 67,4% (2013г. - 74%), доля прочих инвестиций составила 32,5% (25,9%), портфельных – 0,1% (0,1%).

В структуре иностранных инвестиций опережающими темпами растут прямые и прочие инвестиции по сравнению с портфельными, что само по себе фактор неблагоприятный, так как преобладающие ресурсы являются возвратными и платными. Прочие инвестиции в Республике Беларусь представлены преимущественно кредитами и займами, привлеченными банками и государственным сектором

Основная доля иностранных инвестиций приходится на отрасли, связанные с транспортом и связью (37,5%), торговля, ремонт автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования (29,2%), обрабатывающую промышленность (20,8%) (всех иностранных инвестиций в 2014 году). Это говорит о том, что в Беларуси развиваются только те отрасли, которые приносят инвесторам высокий доход.

Хотелось бы отметить, что на сегодняшний день в Республике Беларусь работают инвестиции более чем 80 стран мира. Создана соответствующая договорно-правовая база: действует 52 соглашения об избежании двойного налогообложения и 49 договоров о содействии осуществлению и защите инвестиций.

Не мало важно и то, что Республика Беларусь входит в состав Евразийского экономического союза. Одной из основных задач которого является создание комфортной среды для движения капитала и развития бизнеса, улучшение структур национальных экономик. Дальнейшее усиление взаимодействия постсоветских стран в рамках создаваемого союза без форсирования данного процесса приведет к ускорению экономического развития стран-участниц, повышению их конкурентоспособности на глобальном рынке и привлечению иностранных инвестиций в национальные экономики.

Вывоз предпринимательского капитала из Беларуси относительно невелик. Объем инвестиций из Беларуси, накопленных за рубежом, в 2013 г. составил 6341,2 млн. долларов США. В 2014 году из Беларуси за рубеж направлено 5985,0 млн. долларов США иностранных инвестиций, или на 6% меньше, чем в 2013 году. В 2014 году инвестиции из Беларуси осуществлялись в основном в экономику России 2253,3 млн. долларов США (37,7%), Нидерландов 1225,0 млн. долларов США (20,5%), Соединенное Королевство 1090,6 млн.

долларов США (18,2%), Украины 822,2 млн. долларов США (13,7%) и других стран.

Отток капитала из Беларуси за 2015 год произошел в основном за счет погашения в сентябре 2015 года Правительством Республики Беларусь дебютного выпуска государственных облигаций, размещенных на международном финансовом рынке в августе 2010 года, а также погашения банковской системой Республики Беларусь накопленных ранее внешних обязательств в форме кредитов и депозитов.

Прямые инвестиции из РБ за границу в 2014 году снизились на 481,9 млн. долл. США (10,3%) по сравнению с 2013 годом. Портфельные инвестиции резидентов Республики Беларусь увеличились на 0,6 млн. долларов в 2014 году и на 01.01.15 составили 0,8 млн. долл. За аналогичный период 2013 года портфельные инвестиции снизились на 2,0 млн. долларов, что свидетельствует о неустойчивой динамике роста вывоза как прямых, так и портфельных инвестиций за границу.

Отток капитала имеет ряд серьезных отрицательных последствий для экономики Беларуси:

1) сокращается предложение валюты и уменьшается в целом денежная масса. Рубли поступают на валютный рынок, конвертируются и вывозятся;

2) сокращается объем предложения валюты, продаваемой на Белорусской валютно-фондовой бирже, валютное поле резко сужается и курс рубля становится неустойчивым. Сокращаются инвестиционные ресурсы и создается искусственный спрос на зарубежные кредиты.

Мировое движение капитала в современных условиях служит фактором усиления интернационализации производства, увеличения темпов экономического роста и уровня занятости, развития передовых отраслей промышленности и превращает финансовые рынки в важнейший стимул развития мирового хозяйства. Создание благоприятного инвестиционного климата – является важнейшим направлением государственной экономической политики нашей страны

Стабильность является определяющим фактором, привлекающим иностранные инвестиции в экономику Беларуси. Создание благоприятного инвестиционного климата – является важнейшим направлением государственной экономической политики нашей страны.

Список использованных источников

1. Статистический ежегодник 2015, И.В.Медведева, Минск 2015г.

2. Международное движение капитала [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://www.grandars.ru/student/mirovaya-ekonomika/mezhdunarodnoe-dvizhenie-kapitala.html. Дата доступа: 13.03.2016

Rusnak Alla
doctor of Economics, associate Professor
State Higher Educational Institution
Kherson State Agrarian University
Kherson
Ukraine

PRIORITY AREAS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE RURAL REGIONS OF UKRAINE

Over the last few years, theoretical developments in Ukraine and in the world were focused on development and selection of different strategies and models of development of the state, regions and industries as well as on research of the theoretical guidelines in regard to environmental safety, economic growth and the factors having effect on it. The transition to sustainable development in the rural areas of the regions can be considered as a solution to a complex environmental, social, industrial and economic, organizational and managerial task with allocation of key resources, risks and limitations. Availability of the following conditions is necessary for their consideration in a region-wide form: adequate resources and their sources, timing and terms for problem solving; effectiveness of methods and tools; scope of the authorities for development ensuring. The rural areas in Ukraine have powerful natural, demographic, economic, historical and cultural potential, which under the stated conditions of effective use on the principles of sustainable development can provide a high environmental quality and an adequate level of living standards and expanded reproduction of the rural population.

Complexity and inconsistency of the Ukraine's transition, especially in the rural areas of the regions, on the path of sustainable development under the conditions of increase of competitive global and European processes and activities, resource restrictions and other constraints of the internal environment, cause formation of new methodological principles for its ensuring. They are aimed to a considerable extent at reducing and leveling of imbalances and negative regional transformations in the context of all kinds of structural relations of the domestic economy, nature resource management and environment that hinder ensuring the quality of life of present and future generations through balanced social, economic and environmental growth.

The methodological principles of development of the strategic directions of the sustainable rural development at the regional level provide for planning and forecasting on the basis of the algorithm and components as follows:

- forecasting of indicators characterizing the demographic and social situation;
- forecasting of economic and ecological parameters reflecting production, resource management and ecology;
- building of scenarios for sustainable development of rural territories;
- development of practical recommendations aimed at improving the production activity, environment, rise in living standards of rural residents.

Effective functioning and sustainable development of rural areas depends on the rational combination, formation and effective use of resource, production and

economic and social potential. It is expressed in terms of production increase, restoration and further development of natural-resource and labor potential and, on this basis, insurance of personal needs and well-being of each rural family, local community and settlements. Agricultural production is the main area of acquisition of the incomes required for meeting the priority needs of the whole population.

Local government in rural areas is carried out on the principles as follows: democracy; legality; publicity; collegiality; combination of local and national interests; electivity; legal, organizational, logistical and financial autonomy within the legal authorities; responsibility of their authorities and officials before territorial communities; government support and guarantees of local self-government. According to the law, the local and regional self-government authorities and local state administration are charged with functions of an administrator of the state centralized capital investments in the social sphere of the village. They share responsibility with other participants of the investment process for their proper and efficient use.

One of the most important preconditions for overcoming systemic crisis and decline of rural areas is to create an effective system of state provision and support of sustainable development of the rural areas taking into account regional specificities. An institutional approach that includes a set of transformations of basic components of the existing rural structure taking into account the specifics of regional institution conditions; influence through the institution factors; activity through institution regulators and mechanisms should be taken as a basis of the strategic directions of agriculture reforming.

State regulation of development of the rural areas is implemented within the existing regulatory and legal framework taking into account the current social, industrial, economic and environmental situation both in rural areas and in the country as a whole. At the same time, significant complications caused by a resource and ecological conditions and social and economic features of each region are associated with the effective implementation of national strategies for development of the rural areas. Namely they need full consideration at implementation of the administrative and territorial reform aimed at radical reducing the number of rural councils and administrative districts.

References

1. The concept of a national program for sustainable development of rural areas by 2020 [Electronic resource] // Access mode: http://ligazakon.ua**.** (Ukrainian translation: Концепція загальнодержавної програми сталого розвитку сільських територій до 2020 року: [Електронний ресурс] // Режим доступу: http://ligazakon.ua**.).**

2. National program for sustainable development of rural areas by 2020 // Economics of the Agroindustrial Complex. – 2010. – No. 7. – p. 3-15. (Ukrainian translation: Державна цільова програма сталого розвитку сільських територій на період до 2020 року // Економіка АПК. – 2010. – № 7. – С. 3-15.).

Савлевич Татьяна
студентка
Артёменко Светлана
ст. преподаватель
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»
г. Горки
Республика Беларусь

АНАЛИЗ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В условиях рыночной экономики коммерческий успех любого предприятия во многом зависит от правильно выбранной ценовой политики. Ценовая политика – одна из составляющих маркетинговой деятельности.

Ценовая политика – это установление определенных цен и способов маневрирования ими в зависимости от положения на рынке, которое позволяет овладеть заданной долей рынка, получить рассчитанную прибыль, а также решить другие стратегические и оперативные задачи.

Сущность ценовой политики предприятия заключается в создании и поддержании оптимального уровня и структуры цены, в изменении их во времени по товарам и рынкам с целью достижения максимально возможного успеха в той или иной рыночной ситуации. Ценовая политика является в целом элементом общей маркетинговой политики предприятия.

Анализ деятельности успешных предприятий хлебопекарной отрасли Республики Беларусь показывает, что они, как правило, обладают четкой политикой цен и определенной стратегией ценообразования.

Предприятиями хлебопекарной отрасли Республики Беларусь постоянно проводится мониторинг цен конкурентов, собирают их прайс-листы и (или) проводят розничный аудит. Предприятия стараются выделиться среди конкурентов и избежать ценовых войн за счет осуществления дифференциации своей продукции, формирования имиджа организации и устойчивых предпочтений покупателей.

Производители хлебобулочных изделий предлагают на рынок печенье, торты и пирожные нескольких марок – дешевые, средние и дорогие.

Цены конкурентов являются важным ориентиром ценообразования и позиционирования собственного товара.

В Республике Беларусь при формировании цен на хлебобулочные изделия распространен затратный метод ценообразования, который основан на ориентации цены на издержки производства. Суть его в том, что к рассчитанной себестоимости единицы продукции добавляется фиксированный размер прибыли и косвенные налоги. Расчет при этом можно выразить формулой:

$$Ц = С + П + Н,$$

где С – себестоимость единицы товара;

П – прибыль в расчете на единицу товара;

Н – косвенные налоги и отчисления в цене товара.

При формировании цен на хлеб и хлебобулочные изделия законодательно установлены предельные нормативы рентабельности. Они действуют только для юридических лиц и индивидуальных предпринимателей, включенных в Государственный реестр хозяйствующих субъектов, занимающих доминирующее положение на товарных рынках, и составляют 15%.

В рамках действующего законодательства цены на товары, реализуемые за пределы республики, т.е. экспортные цены, не входят в сферу государственного ценового регулирования. Таким образом, субъект хозяйствования при заключении внешнеэкономического договора самостоятельно определяет ценовую стратегию и, в частности, целесообразность предоставления скидок с цен, условия их предоставления, размеры и др.

В настоящее время наблюдается положительная динамика использования скидок и наценок на предприятиях хлебопекарной отрасли Республики Беларусь. Скидки предоставляются оптовым и розничным продавцам, а также покупателям.

Скидки на продукцию устанавливаются в целях: сокращение запасов, ликвидации остатков, привлечения покупателей, стимулирования потребления, реакции на действия конкурентов.

Предприятиями хлебобулочных изделий используются десятки видов скидок: за платежи наличными; за количество; сезонные скидки; торговые (дилерские) скидки; специальные скидки для постоянных клиентов, в которых организация заинтересована и др.

Проведенный анализ позволяет выделить следующие основные ошибки в ценовой политике отдельных предприятий хлебобулочных изделий: сильная зависимость цены от затрат; цены не пересматриваются при изменении ситуации на рынке; при ценообразовании не учитываются другие элементы комплекса маркетинга, цена не корректируется в зависимости от сегментации рынка, потребительского поведения и т.д.

Таким образом, ценовая политика является экономическим инструментом в управлении деятельностью предприятия хлебопекарной отрасли. Совершенствование ценовой политики на предприятиях хлебопекарной отрасли должно быть направлено на использование в ценовой политике предприятий маркетинговых подходов и системы гибкого ценообразования (с учетом рыночных факторов).

Савченко Володимир
д.е.н., проф.
Гривко Сергій
аспірант
Чернігівський національний технологічний університет
м. Чернігів
Україна

ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ ЯК ФАКТОР ВХОДЖЕННЯ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОЇ СПІЛЬНОТИ

Інноваційний розвиток є складним динамічно-системним явищем, яке формується під впливом духовних, освітньо-наукових, суспільно-політичних та економічних процесів у суспільстві. Саме причетність особи до політико-інформаційного поля наповнює її осмисленим інноваційним знанням, мотивує до інтелектуальної дії. У сучасних умовах, коли досить активно відбуваються процеси глобалізації та інформатизації, інноваційні технології дедалі більше насичується загальнолюдськими цінностями: принципами рівності з домінуванням загальних пріоритетів над груповими, гуманізмом, толерантністю, усвідомленням поваги до прав, поглядів, свобод громадян тощо.

Глобалізаційні процеси слід розглядати як чинник прискорення інновацій і водночас як фактор створення нових соціальних суперечностей. Нині не лише в Україні, але й у всьому світі тривають дебати щодо ролі інформаційно-технологічної революції і глобалізації в подальшому розвитку. На думку прихильників технологій, на людство чекає краще майбутнє лише за умови подолання перешкод для інновацій і конкуренції. Супротивники глобалізації вбачають у ній відновлену версію традиційної капіталістично-олігархічної ідеології. Основне протиріччя інноваційного розвитку – екологічне. Тому розвиток інноваційних процесів має відбуватися не всупереч природі та не як її руйнація, а як доповнення та покращання.

Історичні передумови інноваційної стратегії розвитку України закладено всім ходом української історії. Україна завжди перебувала в центрі цивілізаційних процесів і навіть у період бездержав'я була активним суб'єктом історичний подій і міжнародних суперечностей. Потреба інноваційного розвитку є внутрішньо притаманною народу та культурі, що завжди відігравало помітну роль в історії. Нині це потреба "рухатись в ногу з часом", стати на один рівень з розвиненими країнами світу.

Передумовою інноваційного розвитку України є бажання завоювати гідне місце в міжнародному співтоваристві цивілізованих народів і культур та отримати високі соціальні показники. Із соціально-економічного погляду роки незалежності можна охарактеризувати як "прагнення до розвитку та цивілізації", для чого наша держава вибудовує власну економічну інфраструктуру, формує соціальні зв'язки, виробничі і невиробничі відносини, інститути та структури. Головний вектор цього процесу визначається становленням і розвитком ринкової економіки. За такою моделлю ефективно здійснюється виробництво в

цивілізованих країнах світу. Вона забезпечує своєрідне соціальне прискорення. Інноваційний розвиток України є відповіддю на виклики ринкової економіки, що посилюється.

Найбільш актуальну соціальну загрозу для України нині становить «тінізація» соціально-економічних відносин. "Тіньова" економіка – головний ресурсний фактор корупції. Пануюча нині концепція силового вирішення проблеми корупції виходить з того, що необхідно лише проявити політичну волю. На основі побудованої моделі корупційної рівноваги можна зробити висновок про недієздатність цієї теорії – внаслідок заходів силового впливу матиме місце лише вилучення з ділових мереж окремих корупційних ланок.

Кризові явища в економічній, політичній, моральній сферах породжують злочинність, ігнорування законів, ослаблення державних структур та інституцій. Все це створює загрозу для майбутнього економічного розвитку України та її існування. Через брак в країні стратегії розвитку держави та суспільства владні рішення однобокі і не відповідають комплексному характерові розвитку. Назріла необхідність використання підходу, що давав би змогу в єдиній "системі координат" вирішувати питання інноваційного розвитку України в усіх сферах. Складовими цього підходу мають бути методи визначення пріоритетних національних інтересів, аналізу викликів та загроз, формування функцій і визначення пріоритетів діяльності всіх органів державної влади. Інтереси суспільства повинні розглядаються як базовий об'єкт вироблення стратегій розвитку України і бути орієнтирами суспільного поступу, впливати на визначення напрямів і пріоритетів стабільного розвитку.

В умовах сучасного етапу євроінтеграції мають бути сформовані інституційні основи не тільки інноваційного законодавства, але й ті, що забезпечують високу якість життя, створення сучасних демократичних інститутів і розвинутого громадянського суспільства. На другому етапі євроінтеграції роль держави має бути мінімізована тільки підтриманням прав і свобод. Ініціатива повинна зосереджуватись у середнього класу, бо кінцевим результатом модернізації є підвищення рівня життя. Виходячи з цього, суб’єктом сучасної євроінтеграції виступає молодь, яка прагне працювати в державному управлінні, особисто примати участь в процесах злиття та модернізації сучасної економки країни.

Розвиток людського капіталу як рушійної сили розвитку та забезпечення інноваційного прориву – найважливіше інституційне завдання, що стоїть перед усіма країнами в умовах постіндустріального розвитку. Основними напрямами економічної модернізації у сфері підвищення якості людського капіталу є підвищення професійно-кваліфікаційного рівня населення та вдосконалення його економічної свідомості. Тому поряд з диверсифікацією, інноватізацією, інформатизацією української економіки головною умовою євроінтеграції є формування групи суб’єктів (діячів) інтеграції, що детермінує формування неоекономіки – економіки, заснованої на знаннях, які підвищують якість підготовки персоналу і, на цій основі, розширюють зайнятість

висококваліфікованої робочої сили. Високий рівень освіти посилює ефективність побудови інноваційної економіки і рішення двох суперечливих завдань:

1) забезпечення освіченості та отримання професійної кваліфікації, включаючи оволодіння певним набором компетенцій, вмінь усіма громадянами країни, щоб вони були конкурентоспроможні на ринку праці;

2) виявлення, відбір та підготовка найбільш здібних кадрів, враховуючи специфічні здібності для різних областей діяльності [1].

Розробка стратегії як траєкторії зміни інститутів і економічної політики, що поєднує поточний стан із запланованим, стає необхідною умовою проведення модернізації та розробки напрямів підвищення конкурентоспроможності країни. Зважаючи на те, що конкурентоспроможність є комплексним явищем, необхідно формувати багатофакторні конкурентні переваги. При цьому наявність традиційних факторів виробництва не є достатньою умовою довгострокового успіху. Визначальними умовами досягнення зовнішньої конкурентоспроможності країни виступають інновації та підвищення продуктивності факторів виробництва. Більш того, з метою підвищення конкурентоспроможності України необхідний перехід до нової економічної політики, стрижнем якої є інноваційна стратегія [2].

Таким чином, основними цілями розвитку української інноваційної економіки є підвищення конкурентоспроможності, забезпечення високої якості життя, створення сучасних демократичних інститутів і розвиненого громадянського суспільства. Ефективна стратегія досягнення зазначених цілей повинна передбачати: розширення інноваційної ініціативи та конкуренції; ефективну та соціальну промислову політику; налагоджену взаємодію бізнесу, держави і суспільства; підвищення якості інститутів (захищеність прав власності, незалежність і непідкупність суддів, зниження рівня корупції, зміцнення законності, поліпшення якості державного управління); забезпечення високого рівня людського капіталу.

Визначення позитивних тенденцій, що мають посилюють розвитку української економіки, збільшення бюджетного фінансування у відповідності з еволюцією інституційного проектування, аналіз геополітичного становлення країни дозволяють спрогнозувати зростання національної економіки у різних ситуаціях розвитку світової спільноти.

Список використаних джерел

1. Левинсон А.Г. О среднем классе в конце прекрасной эпохи // Г.А. Левинсон // Вестник общественного мнения, 2008, № 6, с. 53-64.

2. Іваницька О. В. Детермінанти формування інноваційної економіки в умовах модернізації // О. В. Іваницька [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/ ?op=1&z=1435 (19.08.14)

Самайчук Світлана
к.е.н., доцент
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»
м. Херсон
Україна

МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Необхідною умовою ефективного функціонування підприємств аграрного сектору економіки в конкурентному середовищі є забезпечення економічної стійкості, значення якої в сучасних умовах господарювання постійно зростає. Тому завдання адекватної оцінки економічної стійкості сільськогосподарських підприємств є досить актуальним як для керівників і власників, так і для інвесторів, партнерів, кредиторів і державних органів.

На сьогоднішній день відсутня єдина методологія оцінки економічної стійкості підприємств. Потрібно зазначити, що економічна стійкість це не просто відсутність загрози банкрутства, а набагато ширше поняття, яке передбачає такий фінансовий, майновий стан підприємства, який забезпечує його подальший розвиток і прибутковість та дозволяє адекватно реагувати на виклики зовнішнього середовища та долати внутрішні негативні явища [1].

Виходячи з твердження, що основним завданням роботи будь якого підприємства є отримання прибутку можна зробити висновок, що головним формуючим фактором економічної стійкості підприємств є саме їх економічна ефективність. Адже, економічна ефективність, виражена в отриманні достатнього рівня прибутку, забезпечує успішне функціонування підприємства на ринку, дозволяє виконувати його зовнішні та внутрішні зобов’язання, дає можливості подальшого розвитку та збереженні існуючого становища.

Потрібно відмітити,що аналізувати ефективність роботи підприємства спираючись лише на суму одержаного ним прибутку є недоцільно, оскільки для повної характеристики роботи підприємства необхідно враховувати суму понесених затрат для його отримання. Недоцільність та нераціональність використання матеріально-технічних ресурсів призводить до зниження ефективності його роботи відволікання грошових ресурсів, виснаження виробничої бази. Показником, який характеризує таке співвідношення є рентабельність. Рентабельність показує скільки прибутку припадає на одиницю затрат, понесених для його отримання, тобто який економічний ефект дали понесені затрати сформувавши отриманий прибуток, який відсоток понесених затрат підприємство отримало у вигляді прибутку. На нашу думку саме показник рентабельності операційної діяльності буде головним, адже показує наскільки ефективним є виробництво продукції, що є головним напрямом діяльності агарних підприємств. Більш загальними показниками, які доцільно використовувати для характеристики рівня рентабельності будуть: рентабельність активів та рентабельність продажів. Вони характеризують ефективність використання всіх активів підприємства та показують рівень

прибутку закладений у виручці підприємства, отже характеризують його стійкість на ринку.

Іншим показником який необхідно використовувати для визначення економічної ефективності роботи підприємства є показник норми прибутку. Даний показник характеризує не тільки раціональність, а й інтенсивність ведення господарства, основні та оборотні фонди підприємства.

Наступним формуючим фактором економічної стійкості підприємств є ефективність використання їх потенціалу або матеріально технічної бази. Для характеристики ефективності використання виробничих фондів використовуються показники фондовіддачі та фондоємності. Показник фондовіддачі відображає скільки валової продукції вироблено на одиницю середньорічної вартості основних виробничих фондів. Фондоємність є оберненим показником фондовіддачі, його зниження є позитивною тенденцією в роботі підприємства.

Важливими показниками, який характеризує стан виробничої бази підприємства є коефіцієнт зносу основних засобів, який відображає суму зносу основних засобів, яка припадає на суму їх первісної вартості, та коефіцієнт придатності основних засобів, який є оберненим до попереднього показника. Зменшення першого та збільшення останнього є позитивним тенденціями в роботі підприємства. Важливим показником характеристики майнового стану підприємства є коефіцієнт реальної вартості майна, що показує, яку частку вартості майна становлять засоби виробництва. Цей коефіцієнт визначає рівень виробничого потенціалу підприємства, забезпеченість виробничого процесу засобами виробництва. Якщо значення цього показника нижче 0,5, це має насторожити підприємство [2].

Поряд із цим показником доцільно визначити коефіцієнт реальної вартості основних засобів. Якщо коефіцієнт реальної вартості основних засобів у майні підприємства спадає до критичної величини (0,2 – 0,3), то реальний виробничий потенціал підприємства буде низьким і потрібно терміново шукати кошти для виправлення становища [2].

Результати діяльності будь-якого підприємства, його поточне становище, здатність до нормального функціонування на ринку та виготовлення продукції, ступінь залежності від зовнішнього середовища знаходять своє відображення в його фінансовому стані. Тому, для діагностики економічної стійкості підприємства потрібно визначити його фінансову стійкість, як основну умову стабільної та безперебійної діяльності.

Коефіцієнт фінансової стабільності визначається співвідношенням власного і залученого капіталу. Він показує скільки грн. власного капіталу припадає на 1 грн. залученого капіталу. Нормативне значення цього коефіцієнта для вітчизняних підприємств дорівнює одиниці. Але, як свідчить досвід багатьох західних компаній, його величина коливається в досить широких межах залежно від галузевої належності підприємства. Більшість західних аналітиків уважають

оптимальним значення коефіцієнта фінансової стабільності 0,8. Бажано визначати обернений до нього показник - коефіцієнт фінансового ризику – відношення залученого капіталу до власного. Для стабільної роботи підприємства значення цього коефіцієнта не повинно перевищувати 0,2 [3].

Доцільно буде також визначити залежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування. Для цього необхідно розрахувати коефіцієнти: фінансової незалежності (автономії), його значення має бути не менше 0,5.

Наведені коефіцієнти свідчать про структуру капіталу підприємства, його залежність від залучених коштів. Однак для стабільної роботи підприємства, його економічної стійкості надзвичайно важливе значення має його здатність вчасно погашати свої зобов'язання. Отже, для оцінки фінансової та економічної стійкості необхідно визначити платоспроможність та ліквідність підприємства.

Платоспроможність – це можливість підприємства наявними грошовими ресурсами своєчасно погасити свої строкові зобов'язання. Платоспроможність підприємства зумовлюється не тільки величиною його грошових надходжень та витрат, а і його ліквідністю [3].

Ліквідність – це здатність підприємства розраховуватися за своїми поточними зобов'язаннями шляхом перетворення активів на гроші. Ліквідність підприємства характеризується співвідношенням величини його високоліквідних активів (грошові кошти та їх еквіваленти, ринкові цінні папери, дебіторська заборгованість) і короткострокової заборгованості. Для визначення ліквідності підприємства розраховують наступні коефіцієнти: коефіцієнт абсолютної ліквідності та коефіцієнт швидкої ліквідності (покриття).

Таким чином, економічна стійкість підприємства характеризується нарощуванням потужного виробничого потенціалу, пов'язана із стабільним фінансовим станом та підвищенням ефективності виробництва. Основними оціночними критеріями відповідно до трьох названих чинників мають бути показники фондоємності, фондовіддачі, зносу основних засобів і придатності їх до використання, реальної вартості майна та основних засобів виробництва, фінансової стійкості, фінансового ризику, фінансової автономії, абсолютної ліквідності, швидкої ліквідності (покриття), сума прибутку підприємства, рівень рентабельності операційної діяльності, рівень рентабельності активів, рівень рентабельності продажу продукції та норма прибутку.

Список використаних джерел

1. Лункіна Т.І. Підвищення економічної стійкості сільськогосподарських підприємств на основі інтенсифікації виробництва: автор. дис.. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / Т.І. Лункіна – Миколаїв, 2011. – 20с.
2. Макаренко П.М. Показники оцінки економічної стійкості аграрних підприємств / П.М Макаренко, Л.О. Чіп // Агросвіт – 2008. – № 24. – С. 35 – 39.
3. Шеремет О.О. Фінансовий аналіз / О.О. Шеремет. – К.: «Кондор», 2005. –196 с.

Самосюк Анастасия
студентка
Паршутич Ольга
к.э.н., доцент
УО «Полесский государственный университет»
г. Пинск
Республика Беларусь

МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Международная торговля, выступает связующим звеном всех страны мира в единую международную экономическую систему - мировую экономику. В современном мире состояние внешней торговли – это один важнейших показателей уровня развития государства, индикатор признания страны международным сообществом. Внешнеэкономическая политика Республики Беларусь непосредственно влияет на рост экономического развития нашей страны. При расширении внешнеэкономических связей Республика Беларусь сможет добиться стабильности, развития и усовершенствования экономики. Политические и социально-экономические проблемы в Беларуси связаны с недостаточно обширным кругом международных связей, поэтому нашему государству следует задуматься о том, что внешнеэкономическая политика играет для нашего государства важнейшую роль.

Все страны занимают в мировой экономике в целом и на отдельных товарных рынках разное положение. Для защиты своих интересов каждый участник международной торговли стремится совершить определенные действия, то есть он проводит определенную политику в данной сфере.

Основной характеристикой внешней торговли является торговый баланс. Торговый баланс - соотношение между суммой цен товаров, вывезенных какой-либо страной, либо группой стран, и суммой цен товаров, ввезенных ими за определенный период времени, например за год, квартал, месяц. Иначе говоря, торговый баланс - это экспорт и импорт какой-либо страны за определенный период или дату[1].

Для правильной оценки состояния торгового баланса страны и его сальдо необходимо учитывать способы оценки экспортных и импортных товаров, различия в условиях продажи и поступления их в страну.

Данные торгового баланса используются как для оценки сложившегося соотношения экспорта и импорта товаров, так и для разработки и проведения мер по оптимизации соотношения экспорта и импорта. Проанализируем торговый баланс Республики Беларусь за 2014-2015 года.

В 2014 году объем внешней торговли товарами в Республике Беларусь уменьшился на 4,1% по сравнению с 2013 годом и составил 76,4 млрд. долларов США. Экспорт РБ в январе - декабре 2014 года составил 36,0 млрд. долларов США и снизился по сравнению с соответствующим периодом 2013 года на 2,0%. Импорт в рассматриваемом периоде снизился на 5,9% и составил 40,4 млрд. долларов США. Сальдо внешнеторгового оборота сложилось отрицательное в

размере 4,3 млрд. долларов США (в январе-декабре 2013 года – отрицательное в размере 6,1 млрд. долларов США).

Сальдо в торговле со странами СНГ в 2014 сложилось отрицательное в 3,1 млрд. долларов США (за 2013 год — минус 2,3 млрд. долларов США). Экспорт в страны СНГ снизился на 8,0% и составил 21,0 млрд. долларов США. Импорт из стран СНГ снизился на 4,1%, составив 24,1 млрд. долларов США. Объем внешней торговли в 2014 по сравнению с 2013 годом составил 45,1 млрд. долларов США (на 12,1%меньше чем в 2013 году).

Сальдо в торговле с РФ в 2014 году сложилось отрицательное на уровне 7 млрд. долларов США (за 2010 год — минус 6,2 млрд. долларов США). Внешнеторговый оборот с Россией по сравнению с январем-декабрем 2013 года уменьшился на 5,8% до 37,2 млрд. долларов США. Экспорт снизился на 9,5% (до 15 089,0 млн. долларов США), импорт — на 3,1% (до 22 115,6 млн. долларов США).

Внешнеторговый оборот со странами ЕС в 2014 году по сравнению с 2013 годом сократился на 3,0% и составил 20,4 млрд. долларов США (26,7% общего товарооборота Республики Беларусь). Экспорт увеличился на 3,1% до 10,7 млрд. долларов США, импорт снизился на 8,1% и составил 9,7 млрд. долларов США. Сальдо сложилось положительное в размере 953,2 млн. долларов США.

В 2015 году объем внешней торговли товарами существенно снизился и составил 8,2 млрд. долларов США, что на 29,0% меньше, чем в 2014 году. Сальдо внешнеторгового оборота сложилось отрицательное в размере 138,4 млн. долл. США (в 2014 году – отрицательное в размере 306,1 млн. долл. США). Экспорт Беларуси составил 4,0 млрд. долларов США и снизился по сравнению с 2014 годом на 28,3%. Импорт в рассматриваемом периоде снизился на 29,7% и составил 4,1 млрд. долларов США.

Товарооборот со странами СНГ в 2015 году составил 4,3 млрд. долларов США, что составляет 53,1% от общего товарооборота и по сравнению с январем-февралем 2014 года уменьшился на 35,2%. Экспорт снизился на 39,5%, и составил 1,8 млрд. долларов США. Импорт в 2015 году составил 2,5 млрд. долларов США, снизился на 31,7%. Сальдо внешнеторгового оборота сложилось отрицательное и составило 701,4 млн. долларов США (в январе-феврале 2014 года – отрицательное в размере 682,8 млн. долларов США).

Товарооборот с РФ по сравнению с январем-февралем 2014 года уменьшился на 33,7% и составил 3,8 млрд. долларов США. Сальдо внешней торговли сложилось отрицательное, величиной 1,0 млрд. долларов США. Экспорт снизился на 38,5%, импорт – на 30,6%.

В свою очередь, со странами ЕС товарооборот Республики Беларусь в 2015 году уменьшился на 30,2% и составил 2,3 млрд. долларов США (28,6% общего товарооборота Республики Беларусь). Экспорт уменьшился на 23,6% и составил 1,6 млрд. долларов США, импорт снизился на 40,6% и составил 0,8 млрд. долларов США. Положительное сальдо составило 0,8 млрд. долларов США[2].

Беларусь более чем со 180 государствами мира поддерживает торговые отношения. Основным торговым партнером Беларуси является Российская Федерация, на ее долю приходится более 40% белорусского экспорта и более половины объема импорта. Второе место в товарообороте Беларуси занимает Европейский союз, на долю которого приходится более 30% белорусского экспорта и пятая часть импорта. Беларусь имеет развитые торгово-экономические отношения с европейскими странами: Великобританией, Нидерландами, Польшей, Италией, Литвой, Германией, Латвией, Бельгией, Чешской Республикой. Среди стран СНГ, после России, на втором и третьем местах находится Украина и Казахстан соответственно. Высокими темпами развиваются торговые отношения с традиционными партнерами в Латинской Америке – Бразилией, Эквадором, Венесуэлой, в Азиатском регионе – Китаем, Индией, Индонезией, Турцией [3].

Из всего вышесказанного можно сделать вывод что на протяжении последних 2 лет как экспорт, так и импорт постепенно снижается. Негативным показателем в торговле Республики Беларусь является постоянное в течение последних лет превышение импорта над экспортом. Это негативно отражается на платежном балансе РБ, поэтому для преодоления негативных тенденций определены Основные направления внешней торговли Республики Беларусь на ближайшие годы. Основные направления описаны в Программе социально-экономического развития Республики Беларусь на 2015—2020 годы. В соответствии с этой программой главной задачей внешнеэкономической деятельности станет осуществление эффективной единой промышленной, внешнеторговой и макроэкономической политики, обеспечивающей динамичное развитие внешнеэкономического комплекса страны и защиту интересов национального рынка от неблагоприятного воздействия мировой конъюнктуры и иностранной конкуренции.

Реализация поставленных задач позволит сбалансировать внешнеторговый оборот и выйти на положительное сальдо внешней торговли.

Список использованных источников

1. Торговый баланс /Экономический словарь [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://abc.informbureau.com/html/oidaiaue_aaeain.html / -Дата доступа: 22.02. 2016
2. Государственный таможенный комитет /Торговый баланс Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://gtk.gov.by/ - Дата доступа: 22.02. 2016
3. Министерство иностранных дел Республики Беларусь / Внешняя торговля Республики Беларусь [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://mfa.gov.by/–Дата доступа: 22.02.2016

Сараєва Ірина
к. філос. н, с.н.с.,
Носова Наталія
пров. інж.
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України
м. Одеса
Україна

РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ

В умовах глибокої системної соціально-економічної кризи, яку переживає Україна, мале й середнє підприємництво (МСП) змушене виживати в дуже складних умовах виникнення нових ризиків, як глобальних, так і внутрішніх. Падіння індексу рівня підприємницької активності (розрахованого як відношення кількості зареєстрованих суб'єктів підприємницької діяльності до кількості суб'єктів підприємництва, що припинили свою діяльність) суттєво прискорилося (див. рис. 1).

Рис. 1. Динаміка індексу економічної активності суб’єктів господарської діяльності в Україні у 2000-2014 рр.

Так, за даними Держкомстату, у 2013-2014 рр. відбулося зменшення кількості діючих підприємств: великих – на 163 од. (24,7%), середніх – на 2966 од. (15,7%), малих – на 49217 од. (13,2%). Кількість зайнятих працівників за цей період зменшилась на 1222,7 тис. осіб. у 2014 р. порівняно з 2013 р. істотно зменшилася кількість діючих фізичних осіб підприємців (ФОП). А зменшення кількості діючих ФОП досягло 158 тис. осіб [1, с.25]. В Одеській області, за даними Одеської облдержадміністрації, за перше півріччя 2015 р. кількість малих підприємств - юридичних осіб зменшилася на 2 тис. од. (з 25 тис. од. до 23 тис. од.), фізичних осіб-підприємців – на 5179 осіб. Збитки МСП за 2014 р. в Україні склали більше 400 млрд. грн., що можна порівняти з доходною частиною Держбюджету.

Така ситуація свідчить про наявність серйозних проблем вітчизняного бізнесу, основними з яких є:

− різкі коливання курсу національної валюти та обмежувальна кредитно-фінансова політика НБУ;

− нестабільність політичної системи;

− дуже високі ціни на енергоносії, сировину й матеріали;

− обмежений доступ до одержання кредиту (через надмірно високі процентні ставки й жорсткі умови надання кредитів);

− нестабільність податкового законодавства, посилення податкового тиску;

− звуження обсягів споживчого ринку внаслідок падіння реальних доходів населення;

− високий рівень корупції, рейдерства й відсутність захисту прав власності, підвищення загального рівня криміногенності в країні.

Сьогодні в Україні, на жаль, державна система підтримки розвитку МСП, яка формувалася майже 13 років, фактично деінституціоналізована. У 2014-2015 рр. урядом не виконувалися закони України «Про Національну програму сприяння розвитку підприємництва в Україні»; «Про розвиток і державну підтримку МСП в Україні»; ряд постанов Кабінету міністрів України, що стосуються надання кредитно-гарантійної підтримки малого бізнесу, не розробляються й не фінансуються програми мікрокредитування бізнесу й підтримки інноваційного бізнесу, не фінансуються публікації щорічних звітів про дослідження стану розвитку підприємництва.

Стратегічним плануванням, розробкою антикризових програм розвитку й підтримки малого бізнесу, координацією регіональних програм, вивченням стану розвитку вітчизняного підприємництва та його проблемами уряд фактично не займається. Так, наприклад, проект розпорядження Кабінету Міністрів України про схвалення Концепції Державної програми розвитку МСП на період до 2020 року [2], який 22.04. 2015 р. направлено на погодження заінтересованим міністерствам та іншим центральним органам виконавчої влади, базується на статистичних даних про стан МСП за 2013 р. А саму державну програму ще й досі не розроблено. Як відзначалось на парламентських слуханнях «Розвиток підприємництва в Україні та підтримка МСБ» (м. Київ, вересень 2015 р.), сьогодні уряд не має стратегічного бачення розвитку вітчизняного бізнесу. Бюджетна, податкова й кредитно-фінансова політики держави не збалансовані й не сприяють розвитку вітчизняного підприємництва, не розроблені антикризові програми, спрямовані на збереження існуючого підприємницького потенціалу й активізації внутрішнього промислового виробництва, імпортозаміщення, стимулювання створення нових виробництв з випуску конкурентоспроможної продукції й створення робочих місць, полегшення доступу підприємців до кредитних ресурсів, підвищення платоспроможного попиту тощо.

Нову українську державну політику відносно розвитку підприємництва пропонується будувати на підставі деякої неоліберальної моделі, що припускає

максимальне звільнення від державного втручання, як у процеси регулювання, так і в процеси формування й фінансування інфраструктури підтримки бізнесу. При цьому передбачається «Забезпечення істотного поліпшення умов ведення бізнесу в Україні за тими напрямками, які враховуються Світовим банком й Міжнародною фінансовою корпорацією під час складання рейтингу Doing Business, поставивши за стратегічну мету входження України у лідируючу двадцятку країн світу за умовами ведення бізнесу» [3], тобто оцінка ефективності державної політики розвитку підприємництва в Україні буде проводитися тільки за показниками, передбаченими методологією Doing Business. Однак, ця методологія, незважаючи на її безсумнівну корисність, не є повністю адекватною для оцінки умов ведення вітчизняного бізнесу, оскільки вона не враховує такі важливі для нього фактори, як: макроекономічну стабільність, рівень хабарництва й корупції, обсяг ринку, стан фінансової системи, доступність кредитів для суб'єктів господарської діяльності, безпеку підприємницької діяльності тощо. Економічна політика держави, зокрема її промислова політика не може зводитись тільки до дерегуляції та імплементації угоди про вільну торгівлю з ЄС.

Тому, не применшуючи важливість державної дерегуляції, зниження адміністративного тиску й полегшення умов ведення бізнесу, слід зазначити, що всі ці заходи можуть бути тільки необхідними, але недостатніми умовами для подолання кризових явищ у секторі підприємництва України.

Як відзначалося на парламентських слуханнях «Розвиток підприємництва в Україні та підтримка МСБ» (м. Київ, вересень 2015 р.), «політика «невтручання» та ринкового фундаменталізму, «затягування пасків» населенню, фіскальна консолідація, а також обмежувальна кредитно-грошова політика Національного банку України, очевидно, не виправдали себе» [1, с.5].

Тому потрібна більш ефективна державна політика спрямована на стимулювання розвитку підприємництва, оскільки в умовах глибокої системної соціально-економічної кризи, яку переживає Україна, МСП могло б стати рушійною силою для вирішення багатьох проблем, зокрема: проблеми зайнятості й працевлаштування змушених переселенців, подолання монополізму, вирівнювання регіональних диспропорцій, зниження соціальної напруженості й формування основ економічної й соціально-політичної стабільності у суспільстві.

Список використаних джерел

1. Мале і середнє підприємництво в Україні: стан розвитку та регіональні відмінності (2010-2014 роки). – К. : Проект USAID «Впевнений бізнес – заможна громада», Центр міжнародного приватного підприємництва, 2015. – 96 с.

2.Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції державної економічної програми розвитку малого і середнього підприємництва на період до 2020 року» (Проект) / [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://trs.sm.gov.ua

3.План заходів з виконання діяльності КМУ України та проекту сталого розвитку «Україна 2020» в 2015 році» /Розпорядження КМУ від 4.03.2015 р. № 213-р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/213-2015-%D1%80/print1400114701662186

Сафи Риана
студентка
Филитович Анастасия
ассистент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В настоящее время Республика Беларусь одна из достаточно крупных стран в Европе, в которую вкладываются инвестиции. Правительство Беларуси активно проводит политику, которая направлена на улучшение инвестиционного климата как для отечественных инвесторов, так и для иностранных. Беларусь является главной страной, соединяющей Европу и страны СНГ благодаря наличию транспортного и торгового пути. Не мало важным фактом можно назвать то, что через страну проходят многочисленные нефте- и газопроводы, железные и автомобильные дороги, водные пути и линии связи между Западной Европой, Россией и азиатскими странами.

Инвестиционный климат – совокупность социально-экономических, политических и финансовых факторов, определяющих степень привлекательности инвестиционного рынка и величину инвестиционного риска.

Республика Беларусь обладает широким рядом преимуществ, которые являются основными при привлечении инвестиций, следующие из которых:

1) выгодное географическое положение в центре Европы;
2) высококвалифицированная рабочая сила и значимый научно-технический потенциал;
3) единое таможенное пространство с Российской Федерацией;
4) стабильная социально-политическая ситуация, отсутствие конфликтов регионального и национального характера;
5) низкий уровень преступности и коррупции;
6) благоприятные природно-климатические условия;
7) развитый промышленный, научно-технический и экспортный потенциал.

Также для развития экономики страны характерна развитая банковская система и растущий рынок финансовых и страховых услуг.

Целью инвестиционной политики является привлечение большого количества иностранных инвестиций, поэтому страна организует

инвестиционные форумы за границей. Инвестиционные форумы – это очень важные экономические события для Беларуси, так как благодаря им становится возможным формирование имиджа страны как надежного партнера [1].

Республика Беларусь стимулирует приток прямых иностранных инвестиций в разных отраслях, но есть приоритетные направления, которые очень важны для инновационного развития страны. К приоритетным направлениям развития относятся: фармацевтическая промышленность, индустрия биотехнологий, индустрия нанотехнологий, высокие технологии в промышленности, информационно-коммуникационные технологии, химическое производство, производство машин и оборудования, электрооборудования, транспорт и транспортная инфраструктура, строительство, производство строительных материалов, сельское хозяйство, производство пищевых продуктов.

Прямые инвестиции представляют собой категорию международных инвестиций, имеющих место, когда резидент одной страны обладает контролем или значительной степенью влияния на управление организацией, которая является резидентом в другой стране [2].

Проанализируем инвестиционную политику Республики Беларусь в период 2013-2015 гг.

За 2013-2015 гг. наблюдается отрицательная динамика иностранных инвестиций. Иностранные инвесторы в 2014 году вложили в реальный сектор экономики Беларуси (кроме банков) $15,1 млрд инвестиций, что на 0,7% больше, чем в 2013 году и на 15,2% больше, чем в 2015г.

За 3 года можно выделить основных инвесторов Беларуси. Это Россия, Соединенное Королевство, Кипр, Нидерланды, Германия.

Валовое поступление прямых иностранных инвестиций составило $10,2 млрд, или 67,4% от всех поступивших, что на $914,6 млн меньше, чем в 2013 году, а в 2015г. 11,3 млрд долларов США.

Задолженность за товары, работы, услуги в объеме валового поступления прямых иностранных инвестиций за 2013 год составила $8,217 млрд и по сравнению с 2014 годом увеличились на $517 млн.

В 2014 г. от резидентов России поступило 58,9% прямых иностранных инвестиций с учетом задолженности за товары, работы, услуги от общего объема прямых инвестиций, в 2013г. – 62%, в 2015г. – 57,1%; от резидентов Кипра в 2014г. - 13%, в 2013г. – 11,2%, в 2015г. – 15,8% и т. д. Изучая последние данные по 2 странам, таким как Кипр и Россия можно сделать вывод, что в период 2013-2015 гг. объём инвестиций со стороны России шел на спад, в то время как со стороны Кипр увеличивался.

Прочие иностранные инвестиции в 2014 г. составили $4,9 млрд, в 2013 г. - $3,9 млрд, в 2015 г. - $4 млрд. То есть иные иностранные инвестиции для различного рода деятельностей за рассматриваемый период привлекались в различных соотношениях по годам.

Если же рассматривать инвестиционную политику Республики Беларусь, которая осуществляла инвестиции за рубеж, то получаются следующие данные: в 2013 г. страна направила за рубеж $4 млрд, в 2014 г. - $7 млрд, в 2015 г. - $6,7 млрд. Происходит увеличение размеров инвестиций за рубеж, что дает основания полагать, что страна получает достаточный доход от этого [3].

Инвестиционный климат любой страны позволяет определить ее привлекательность по вложению инвестиций. Инвестиционная привлекательность страны – это благоприятные налоговые и торговые режимы. Создание благоприятного инвестиционного климата в нашей стране является основой для развития различных сфер деятельности, повышения социально-экономического состояния общества и т.д. Экономика Республики Беларусь находится на стадии, когда прошлый постоянный спад в инвестиционной сфере заменился на достаточно растущую тенденцию увеличения инвестиций, которая предполагает экономический рост.

Увеличение иностранного капитала привнесет в Беларусь достижения научно-технического прогресса. Включение страны в мировое хозяйство привлекает иностранный капитал, который необходим для построения в стране современного гражданского общества. Поэтому перед государством стояла и стоит сложная задача, которая заключается в привлечении в страну иностранного капитала для достижения общественных целей. И еще одним важным моментом в ежегодном улучшении инвестиционного климата является рост количества коммерческих организаций с иностранными инвестициями, вклад которых в экономику страны значителен.

Список использованных источников

1. Инвестиционный климат [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://export.by/bel_info/o_belarusi/organizaciya_i_vedenie_biznesa_v_belarusib62/investicionnii_klimatd8e.html. – Дата доступа: 24.03.2016.

2. Прямые иностранные инвестиции (Национальный Банк Республики Беларусь) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.nbrb.by/statistics/ForeignDirectInvestments/. – Дата доступа: 24.03.2016.

3. Результаты инвестиционной политики (Министерство экономики Республики Беларусь) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.economy.gov.by/ru/invpolicy/invest-klimat/pezultat. – Дата доступа: 24.03.2016.

Смагулова Шолпан
д.э.н., профессор
Ахметова Малика
магистрант
Университет Нархоз
г. Алматы
Республика Казахстан

ОРГАНИЗАЦИЯ И РАЗВИТИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КАЗАХСТАНА

Актуальность указанной проблемы вызвана тем, что продовольственная безопасность представляется важным элементом достижения национальной безопасности государства и организации развитого агропромышленного комплекса (АПК).

При этом достигается обеспечение на основе местного производства продовольственными товарами и услугами жизнедеятельности граждан определенной страны.

Научно-практический интерес к аспектам продовольственной безопасности связан с достижением социального равенства и достаточного уровня жизни. Так, все промышленно развитые государства благоприятно воздействуют на насыщение рынка пищевыми продуктами и продовольственного рациона.

В определенной мере в мире еще есть страны, где имеет место недостаточность обеспечения питания. Причинами такой ситуации являются: низкий уровень экономического роста, недостаточность инвестиционных и финансовых ресурсов, природные катаклизмы, экономические кризисы и военные действия и др.

В «Акте о продовольственной безопасности США» была впервые установлена сущность продовольственной безопасности, где были определены важные задачи и методы её реализации, ориентированные на гарантированность объема продовольствия для населения. К тому же, уделяется внимание нарастанию угрозы природной среде из-за напряженности использования земли, развития сельского хозяйства, а также уровню организации социальной инфраструктуры фермеров [1].

В частности, здесь речь идет о – поддержке цен, уровня экспорта и достижения сохранности ресурсов на продукцию сельскохозяйственного производства; предоставление льгот по выделению кредита для сельхозтоваропроизводителей; осуществление помощи малоимущим семьям и пр.

Следовательно, по нашему мнению, содержание продовольственной безопасности связано с обеспечением продовольственных товаров для удовлетворения потребностей населения государства.

Для Республики Казахстан (РК) в настоящее время достаточно актуальна тема реализации эффективной продовольственной политики, которая соответствует важному приоритету устойчивого развития страны.

В Законодательстве РК «О продовольственной безопасности» используется определение сущности «продовольственная безопасность». Здесь делается акцент на достижение экономической и физической доступности населения к потреблению качественных пищевых продуктов на территории Казахстана [2].

Степень продовольственной безопасности, в том числе устанавливается на основе производства продуктов сельского хозяйства. Сельское хозяйство сегодня участвует в развитии торгового баланса. К примеру, в 2015 году - 16,7% приходится на импорт, а 18,4% - экспорт. Страна занимает почетное 3-е место по производству и переработке зерна среди стран СНГ после РФ и Украины, которое поставляется на экспорт. Казахстан в основном полностью самообеспечивает население хлебом и мукой [3].

Природные условия и большие посевные площади республики позволяют заниматься многими видами растениеводства (яровая пшеница, подсолнечник, ячмень, хлопчатник, рис и др.) и животноводства (лошади, коровы, бараны и пр.). Правда, следует отметить, что структура растениеводства подвержена значительными колебаниями производства, как по климатическим, так и по организационно-материальным условиям.

За последние годы приток инвестиций в основной капитал сферы сельского хозяйства растет на 10-15% в год. Это представляет серьезную поддержку для фермеров.

Однако доля сектора АПК в валовом национальном продукте Казахстана за последние годы составляет около 5%. Это несравнимо, например, с началом 90-ых годов, когда эта доля составляла более 20%. К тому же, несмотря на то, что РК вошла в ВТО в 2015 году (Всемирную торговую организацию), в сфере АПК производительности труда низкая, существуют серьезные проблемы в обновлении производственных фондов, имеет место недостаточная степень конкурентоспособности местных сельхозтоваров.

Например, более 70% парка сельхозтехники имеет значительную степень физического износа, в том числе зерноуборочные комбайны, тракторы и машинное оборудование.

В связи с мировым кризисом за последние годы несколько упали темпы объема экспорта сельскохозяйственной продукции. Можно подчеркнуть, что есть признаки импортозависимости Казахстана по продовльственной продукции – крупы, чай, растительное масло и др.

Достижение продовольственной безопасности основано на хозяйственной деятельности агропромышленного комплекса по производству основных продуктов питания при активной поддержке со стороны Правительства Казахстана. Так, государство на основе организации внутри страны финансовых, экономических и трудовых условий помогает оптимизировать равновесие среди зарубежных поставок и местного производства пищевой продукции.

К примеру, стратегическими направлениями развития АПК представляется модернизация промышленного сектора, ориентированные на индустриально-инновационную организацию. Речь идет о процедуре создания качественной и

безопасной для потребления сельскохозяйственной продукции с учетом применения новых технологий.

В Казахстане разработана и реализуется Государственная программа индустриально-инновационного развития на 2015-2019гг., где серьезный упор делается на организацию продовольственной безопасности, достижение конкурентоспособного сектора АПК и рост экспорта сельскохозяйственной продукции [4]. В рамках другой Государственной программы «Агробизнес-2020» (2013-2020гг.) началась субсидирование затрат государства всем перерабатывающим заводам с целью закупа сырья и производства сельскохозяйственной продукции. Например, в соответствии с бюджетом указанной программы, было распределено на развитие АПК в 2014г. и в 2015г. по 2 млрд. долларов США ежегодно [5].

На основе проведенного исследования, были выявлены проблемы, препятствующие достижению продовольственной независимости в Казахстане: существенная часть потребительских доходов казахстанцев расходуется на покупку продовольствия, что гораздо выше, чем в развитых государствах; еще недостаточно эффективно государство регулирует цены на пищевые продукты; мелкотоварность сельского хозяйств и низкая конкурентоспособность продукции сферы сельского хозяйства; достаточно высокая степень износа оборудования и применяемых технологий; импортозависимость и слабый уровень организации инфраструктуры продовольственного рынка.

К рекомендациям по повышению эффективности политики достижения продовольственной безопасности можно отнести: активизировать поддержку сельскохозяйственного сектора за счет реализации государственных программ в области АПК, прежде всего, направленных на производство продовольственной продукции; необходимо повысить эффективность растениеводческой продукции, в первую очередь, организации инфраструктуры зернового хозяйства; следует совершенствовать меры по обеспечению пищевой безопасности продукции и обеспечению диверсификации посевных площадей; внедрение инновационных технологий по ресурсосбережению и капельному орошению; развития сельхозкооперации.

Список использованных источников

1. Food Security Act of 1985: Public Law 99-198-Dec.23-1985. – Washington DC, 1985.
2. Закон РК / О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты РК по вопросам продовольственной безопасности – Астана: Акорда, 2009. – № 229-IV .
3. Комитет по статистике Министерства национальной экономики РК: http://stat.gov.kz.
4. Указ Президента РК / Государственная программа индустриально-инновационного развития Республики Казахстан на 2015 – 2019 годы. – Астана: Акорда, 2014. - №874.
5. Программа по развитию АПК РК / Агробизнес-2020 – Астана: Акорда, 2012

Соболева Валерия
студентка
Филитович Анастасия
асистент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ СВЯЗЕЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Республика Беларусь – страна с открытой экономикой. Государство проводит многовекторную внешнеэкономическую политику, направленную на укрепление роли в мировом сообществе, расширение и закрепление перспективных рынков для отечественных товаров и услуг.

Стратегической задачей РБ является углубление интеграции в мировое сообщество. На современном этапе внешнеторговая политика Республики Беларусь строится на основе международных норм и демократических стандартов. На базе двусторонних региональных и многосторонних соглашений РБ сотрудничает со странами СНГ, ЕврАзЭС, Европейского Союза, США, Канадой, странами Латинской Америки и африканского континента. Очень тесное сотрудничество у Беларуси с соседними государствами. Более половины производимой в Беларуси продукции экспортируется [4].

Экспорт продукции представлен широкой номенклатурой. К числу важнейших экспортных позиций относятся нефтепродукты и нефть, калийные и азотные удобрения, металлопродукция, грузовые автомобили, тракторы, химические волокна и нити, шины, молочная и мясная продукция, сахар.

Беларусь поддерживает торговые отношения более чем со 180 государствами мира. Основным торговым партнером Беларуси является Российская Федерация, на ее долю приходится более 40% белорусского экспорта и более половины объема импорта [3].

Второе место в товарообороте Беларуси занимает Европейский союз, на долю которого приходится более 30% белорусского экспорта и пятая часть импорта. К числу европейских стран, с которыми Беларусь имеет наиболее развитые торгово-экономические отношения, относятся Великобритания, Нидерланды, Германия, Литва, Италия, Польша, Латвия, Бельгия, Чешская Республика. Среди стран СНГ, после России, второе место занимает Украина, третье – Казахстан [2].

Если переходить к цифрам и говорить про итоги за последние годы, то в 2015 г. объем внешней торговли товарами и услугами составил 65,6 млрд. долларов и по сравнению с 2014 г. сократился на 21,5 млрд. долларов или на 24,7%. Экспорт товаров и услуг – 32,9 млрд. долларов, сократился на 24,1%. Импорт товаров и услуг – 32,7 млрд. долларов, сократился на 25,4%.

Рис. 1. Динамика объемов внешней торговли товарами и услугами Республики Беларусь с 2013 по 2015гг.

Источник – Собственная разработка на основе источника [2]

Совместным постановлением Совета Министров и Национального банка в Беларуси утвержден Комплекс мер по решению проблем социально-экономического развития в 2016 году и обеспечению высоких показателей внешней торговли. Постановление содержит перечень мероприятий по обеспечению в республике в 2016 году экономического роста и повышению уровня жизни населения. Речь идет о мероприятиях в области внешнеэкономической, интеграционной, инвестиционной, инновационной, промышленной, ценовой, антимонопольной, социальной, региональной и денежно-кредитной политик [1].

Особое внимание будет уделено диверсификации экспорта. Продолжится переговорный процесс по вступлению Беларуси в ВТО. Кроме того, в 2016 году в Беларуси предполагается внедрение механизма единого окна в администрировании внешней торговли и сокращение количества документов, необходимых для оформления внешнеторговых сделок. Правительства, в сфере внешнеэкономической и интеграционной политики предусмотрено утверждение Национальной программы поддержки и развития экспорта Беларуси на 2016-2020 годы, разработка плана поддержки отечественных экспортеров, а также реализация решений Евразийского межправительственного совета по совместному развитию экспорта товаров и услуг на рынки третьих стран [1].

В заключение хотелось бы отметить, что для обеспечения высоких показателей внешней торговли со стороны государства необходимо:

содействовать развитию экспорта товаров и услуг;

разрабатывать предложения в сфере внешнеэкономической деятельности;

защищать внешнеэкономические интересы государства;

участвовать в разработке и реализации программ социально-экономического развития Республики Беларусь в части внешнеэкономической деятельности;

координировать переговорную позицию и формировать пакет документов по присоединению Республики Беларусь ко Всемирной торговой организации;

осуществлять анализ показателей внешнеторговой деятельности Республики Беларусь;

координировать работы по таможенно-тарифному регулированию внешней торговли товарами;

Список использованных источников

1. Внешнеторговые связи РБ // Новости Беларуси [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.belta.by/ - Дата доступа: 30.03.2016
2. Внешняя торговля Беларуси // Министерство иностранных дел РБ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mfa.gov.by/export/ - Дата доступа: 31.03.2016
3. Развитие внешнеторговых связей РБ // Киберленинка [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://cyberleninka.ru/ - Дата доступа: 31.03.2016
4. Развитие внешней торговли РБ // ПолесГУ [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://rep.polessu.by/bitstream/112/165/1/8.pdf - Дата доступа: 29.03.2016

Станько Анастасия
студентка
Филитович Анастасия
ассистент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ПРОБЛЕМА В РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ КАК ОДНА ИЗ ГЛОБАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ

Проблема обеспечения продовольствием в мире и ее крайняя форма проявления - голод - существовали всегда. Данная проблема давно перестала существовать для таких стран как США, Япония, для многих стран Западной Европы, Австралии. Однако в мире остается еще большое количество стран, где данная проблема стоит очень остро. Это самые отсталые страны Африки, Азии и Латинской Америки, где большая часть населения постоянно живёт на грани голодной смерти. На современном этапе продовольственная проблема является очень актуальной, так как затрагивает многие страны мира и тесно связана с такими глобальными проблемами как демографической, энергетической, экологической, проблемой войны и мира.

С развитием мировой торговли, транспорта и связи эта проблема немного ослабла, однако не исчезла. Драматизм данной проблемы состоит в том, что каждый год от голода умирает около 30 млн. людей, в том числе 6 млн. дети, а мирового объема производства продуктов питания достаточно, чтобы прокормить всех жителей планеты. Например, в 2015 году мировое производство пшеницы на душу населения составило 97,74 кг, производство молока - 105,71 кг на одного человека, производство мяса - 42,51 кг, при том, что его потребление составило 33,83 кг. Это связано с тем, что производство и потребление продуктов питания в мире неравномерно. Около 2/3 мирового производства и потребления продовольствия приходится на развивающие страны, хотя там проживает около 15% населения, а развивающие страны, население которых составляет 4/5 населения мира, потребляют и производят только 1/3 продовольствия. Т.е. наблюдается диспропорция между количеством людей и количеством еды на каждого человека в разных странах, например, в Северной Америке показатель обеспеченности продовольствием на душу населения в 6 раз больше, чем в странах Южной Азии [1].

Пока одни страны борются с голодом, в других люди стараются достичь гармоничного рациона питания, а некоторые даже борются с излишками веса. Так, например, в мире более полумиллиарда людей страдает от ожирения, в странах Европы и Северной Америки 15 % населения имеется лишний вес, а в США более чем 27%. Также из высокого предложения продовольственных продуктов на рынках развитых стран, многие продукты питания выбрасываются по истечению срока годности.

По данным за 2015 год от недоедания во всем мире страдает около 795 млн. человек (почти каждый девятый), подавляющее большинство которых (780 млн. человек) проживают в развивающихся странах.

Стоит также отметить, что масштабы голода в каждой развивающейся стране различны. Наиболее остро проблема голода стоит в таких странах как Замбия (на 2015 год в этой стране голодает 47.8 % населения, что в абсолютном отношении составляет 7,4 млн.), КНДР (10,5 млн. или 41,6% от общей численности населения страны), Гаити (5,7 млн. чел. или 53.4 %), Центральная Африканская Республика (2,3 млн. чел. или 47.7 %), Намибия (1 млн. чел. или 42.3 %). Среднее душевое потребление продовольствия по энергетической ценности в этих странах составляет менее 2000 ккал в день. В таких Африканских странах как Чад, Эфиопия, Уганда, Конго, Либерия, Зимбабве, Мозамбик, Мадагаскар, Объединённая Республика Танзания, а также в Афганистане и Таджикистане уровень голода варьируется от 25% до 34.9% от общей численности населения страны [2].

В тоже время в некоторых развивающихся странах уровень дефицита голода очень низкий, менее 5% от общей численности населения страны. К таким странам относятся Аргентина, Бразилия, Мексика, Индонезия, Алжир, Марокко, Египет, ЮАР, Сирия и Турция. В этих странах уровень потребления на душу населения превышает 3000 ккал в день, т.е. находится на приемлемом уровне [2].

По данным за 2015 год во всем мире более 90 млн. детей в возрасте до пяти лет страдает от недостатка веса, т. е. каждый седьмой ребенок. Из-за недостатка веса дети подвержены повышенному риску смерти от обычных инфекций, плохое питание увеличивает частоту и тяжесть таких инфекций и уменьшает скорость выздоровления. Также недостаток веса негативно влияет на умственные способности детей. В 2015 году почти 90% всех детей, страдающих недостатком веса, приходится на долю двух регионов: половина из них проживает в Южной Азии, а треть — в Африке к югу от Сахары. Также из-за плохого питания у каждого четвертого ребенка по всему миру (примерно 161 миллиона детей) в возрасте до пяти лет наблюдается задержка роста, которая подвергает таких детей риску замедленного умственного и физического развития. Самый высокий процент задержки роста среди детей наблюдается в Африке к югу от Сахары [1].

Продовольственная проблема будет усугубляться тем, что численность населения Земли, по прогнозам, к 2025г. увеличиться до 8,5 млрд. чел., 83% которых будут проживать в развивающихся странах, а также согласно прогнозам, спрос на продовольствие в мире возрастет в 3 раза к 2050г [3].

В настоящее время продовольственной проблемой занялись многие межгосударственные официальные и общественные организации, в том числе ФАО (Организация по продовольствию и сельскому хозяйству), созданная в 1945 году в рамках ООН. К решению данной проблемы присоединились и влиятельные банки: Международный банк реконструкции и развития (МБРР), региональные банки развития, специальный фонд ОПЕК (Организация стран экспортеров нефти), которые финансируют многочисленные проекты подъема сельского хозяйства в развивающихся странах.

Несмотря на сложную обстановку в мире на протяжении последнего десятилетия был достигнут значительный прогресс в области сокращения масштабов голода. Благодаря деятельности данных организаций количество людей, страдающих от недоедания, в развивающихся регионах сократилось почти наполовину (с 23,3 процента в 1990– 1992 годах до 12,9 процента в 2014–2016 годах), а долю детей в возрасте до пяти лет, страдающих недостатком веса, за период 1990–2016 годов удалось сократить почти в два раза [1]. К числу факторов, которые осложняют борьбу с голодом, относятся неустойчивость цен на сырьевые товары, повышение цен на продовольствие и энергоносители, рост безработицы и экономические спады и кризисы. Большое негативное влияние на прогресс в деле обеспечения во всем мире продовольственной безопасности оказывают также частые природные катаклизмы и стихийные бедствия, последствия которых могут усугубиться политической нестабильностью и гражданскими беспорядками, что приводит к многочисленным и значительным гуманитарным кризисам. Все это тормозит прогресс в деле уменьшения продовольственной нестабильности в мире.

На протяжении уже многих лет перед мировым сообществом, международными организациями, индустриальными странами остро стоит

необходимость решения продовольственной проблемы. Основным направлением в данной сфере являются: формирование в каждой стране стабильно растущего сельского хозяйства; структурные изменения в производстве продуктов питания, обусловленные мировыми тенденциями в разделении труда и размерах ферм; развитие биотехнологий; развитие систем аграрных исследований и внедрения их результатов в практику; целеустремленные изменения в инфраструктуре сельской местности; развитие процессов глобализации мира через ускорение формирования глобального рынка; проведение реформ, направленных на более эффективное развитие сельского хозяйства, в первую очередь предоставление крестьянам права собственности на землю; инвестирование в развитие человеческого капитала через повышение образования самых бедных слоев населения, что предоставит возможность значительно поднять экономику за счет вовлечения в производство образованных людей; международная помощь бедным странам.

Таким образом, создание основ мировой продовольственной безопасности - это системная задача, решение которой начинается с глобального, мирового уровня и должна доходить до каждого отдельного человека.

Список использованных источников:

1. Цели развития тысячелетия: доклад за 2015 год // Организация Объединённых Наций [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.un.org/ru/millenniumgoals/mdgreport2015.pdf – Дата доступа: 01.03.2016
2. Положение дел в связи с отсутствием продовольственной безопасности в мире 2015 // Продовольственная и сельскохозяйственная организация Объединенных наций [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.fao.org/hunger/ru/. – Дата доступа: 01.03.2016
3. Цели тысячелетия в области развития // Всемирная организация здравоохранения [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs290/ru/. – Дата доступа: 02.03.2016

Степасюк Людмила
к.е.н., доцент
Національний університет біоресурсів та природокористування України
м.Київ
Україна

ЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА ЯЛОВИЧИНИ

Український ринок м'яса й м'ясопродуктів тісно пов’язаний зі станом сировинної бази м’ясопереробної галузі. Однак, за роки економічної кризи у тваринництві виявилися тенденції до стійкого розладу у функціонуванні всієї системи, а загальнодержавний курс на дрібнотоварне виробництво в м'ясній галузі спричинив руйнування потужних тваринницьких сільськогосподарських підприємств і одночасно не забезпечив належної підтримки розвитку невеликих

господарств. Протягом усього періоду незалежності не вдалося зупинити тенденцію до скорочення поголів'я худоби та нарощування збитковості вирощування врх.

Негативні зміни у виробництві основних видів тваринницької продукції є наслідком системних перетворень суспільно-економічних відносин на селі, коли були зруйновані великотоварні та спеціалізовані господарства.

Досить негативним явищем є значне скороченні поголів'я великої рогатої худоби, до головних причин якого слід віднести: диспаритет цін на сільськогосподарську та промислову продукцію; зростання вартості кормів; знищення великих вузькоспеціалізованих господарств по вирощуванню та відгодівля молодняку врх; низька платоспроможність населення країни, що купує більш дешеві і менш поживні сорти м'яса (курятина); скорочення обсягів державної підтримки.

Протягом усього періоду незалежності не вдалося зупинити тенденцію до скорочення поголів'я худоби врх. Так, частка поголів'я худоби у сільськогосподарських підприємствах скоротилася з 85,6% у 1990 р. до 33,7% на кінець 2014 р. Поголів'я врх у всіх категоріях господарств у 2014р. становило 3,9 млн голів, з них у сільськогосподарських підприємствах лише третину [1].

Кожний п'ятий кілограм яловичини, яку сьогодні споживають українці, – імпортний. В основному, це м'ясо, що завозиться для виробництва ковбас. Імпорт у ковбасному бізнесі дедалі активніше витісняє вітчизняний продукт. Так, питома вага українського м'яса, яке йде на переробку, скоротилася з 90 до 50% [2].

За даними Української аграрної конфедерації, на даний час світове виробництво м'яса коливається на рівні 294-302 млн. тонн на рік, у тому числі яловичини – близько 66,6 млн тонн [3].

Як показує досвід США, Канади, Італії, Франції, Аргентини, значним резервом збільшення виробництва яловичини є прискорений розвиток спеціалізованого м'ясного скотарства. Саме за рахунок розвитку цієї галузі, поряд з інтенсифікацією вирощування і відгодівлі худоби молочних і комбінованих порід, має здійснюватися виробництво високоякісної яловичини для задоволення потреб населення та промислового виробництва.

В Україні ж яловичину переважно отримують за рахунок використання на забій поголів'я надремонтного молодняку та вибракуваного поголів'я дорослої худоби молочних і молочно-м'ясних порід.

Сьогодні виробництвом продукції м'ясного скотарства в Україні зайняті переважно дві категорії виробників: сільськогосподарські підприємства та особисті господарства населення. При цьому у господарствах населення утримується дві третини від загальної кількості тварин. Але певною проблемою є те, що в малих селянських господарствах ніхто не контролює процес

вирощування худоби, тому ними виробляється та реалізується м’ясна продукція сумнівної якості.

М’ясне скотарство в АПК України традиційно посідає важливе місце серед інших галузей тваринництва. Але в сучасних умовах внаслідок тривалої фінансово-економічної кризи скотарство знаходиться у досить критичному стані. Значна кількість сільськогосподарських підприємств взагалі не займається вирощуванням худоби, оскільки ця діяльність є нерентабельною [3].

Собівартість вирощування худоби в сільськогосподарських підприємствах є високою. Рівень цін на внутрішньому ринку України не покриває витрат на її виробництво. Ціни на яловичину в Україні одні з найнижчих у світі, що зумовлено низькою культурою споживання даного виду продукту та низькою купівельною спроможністю населення [4].

За останні роки кризові явища у скотарстві поглибилися. Якщо упродовж останніх двадцяти років скорочення поголів’я відбувалося переважно через вирізання худоби в сільськогосподарських підприємствах, то впродовж останніх років активніше почали вирізати поголів’я і в господарствах населення, де до цього обсяги вирощування врх були досить стабільними [4].

Також однією з причин поступового зменшення поголів’я врх в Україні стало зниження попиту на яловичину і телятину з боку м'ясопереробних підприємств.

Отже, серед основних проблем, що впливають на скорочення поголів’я та збитковість вирощування худоби в Україні, можна виділити: диспаритет цін на продукцію сільського господарства, зокрема яловичину та промислові товари; відсутність промислового вирощування худоби та зосередження значної частини виробництва у господарствах населення, що не забезпечує ефективності та якості продукції; забій населенням молочних телят через неможливість його вирощувати; відсутність диференціації цін на м’ясну і молочну худобу; низький генетичний потенціал худоби; відсутність доступної інформації про сучасні та ефективні технології вирощування врх; обмежений доступ до кормових ресурсів та ін.

Багато проблем галузі може бути вирішено шляхом створення реальної державної програми розвитку тваринництва, яка б базувалася на аналізі поточної ситуації і заохочувала здійснювати інвестиції у виробництво продукції скотарства. До розроблення такої програми варто було б залучити експертів та досвід ЄС і створити її на основі чіткої програми економічної зацікавленості у вирощуванні худоби на м'ясо. Також прогнозована політика уряду має забезпечити привабливий інвестиційний клімат галузі та визначити пріоритети в експортній політиці держави.

Отже, одним із важливих заходів відродження галузі скотарства в Україні є запровадження досягнень науково-техніко-технологічного прогресу, серед яких провідну роль має відігравати впровадження сучасних економічно

ефективних і енергозберігаючих технологій виробництва продукції, створення високоякісної кормової бази, поліпшення селекційно-племінної роботи й ветеринарного обслуговування худоби з метою збільшення прибутковості цієї підгалузі та пошук шляхів і напрямів виходу із стану затяжних загальноекономічних труднощів.

Зважаючи на складний стан у тваринництві нині створена необхідна нормативно-правова база, а саме затверджена Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року, в якій йде мова про те, що розвиток аграрного сектору економіки необхідно визначити як стратегічну мету державної політики, для досягнення якої було затверджено перелік завдань на державному та місцевому рівнях [5].

Тому основними шляхами розв'язання зазначених проблем в тваринництві вибрано наступні: збереження біологічного та генетичного різноманіття; забезпечення функціонування єдиної системи селекції; формування власного експортного потенціалу племінних (генетичних) ресурсів та зменшення залежності від імпорту; запровадження системи оцінки та визначення племінної цінності тварин, ведення племінного обліку згідно з міжнародними вимогами; створення інформаційних автоматизованих баз даних про племінні (генетичні) ресурси тощо.

Список використаної літератури

1. Статистичний збірник «Тваринництво України 2014». – Державна служба статистики України [Електронний ресурс] Режим доступу: http://agroua.net/statistics/.

2. М’ясне скотарство: рентабельне й без інвестицій // Пропозиція. – 2009. – № 12. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.propozitsiya.com /?page=146&itemid=3142

3. Денисенко М. П. Проблеми та перспективи розвитку м’ясного скотарства в Україні / М. П. Денисенко// Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка» [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua/?op =1&z=1912.

4. Ключові питання ринку яловичини та шляхи їх вирішення. Результати дослідження [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.swap-rural.org.ua/ua/digests.html.

5. Концепція Державної цільової програми розвитку аграрного сектору економіки на період до 2020 року [Електронний ресурс] Режим доступу: http://a7d.com.ua/novini/20514-koncepcya-derzhavnoyi-clovoyi-programi-rozvitku-agrarnogo-sektoru-ekonomki-na-perod-do-2020-roku.html

Стукан Тетяна
фахівець ІІ категорії,
ДВНЗ «Херсонський державний аграрний університет»
м. Херсон
Україна

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ АГАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ

На сучасному етапі розвитку ринкової економіки вивчення питання ефективності є ключовим фактором при дослідженні господарської діяльності та забезпеченні конкурентоспроможності аграрних підприємств. Тому виникає потреба у більш детальному дослідження сутності категорії ефективність зважаючи на створені змінні ринкові умови функціонування суб'єктів господарювання. У зв'язку з цим, дослідження поняття ефективності та вивчення її видів в наш час становить великий теоретичний і практичний інтерес.

На сьогоднішній день ефективність діяльності агарних підприємств посідає важливе місце та набуває актуального значення для економіки України. Ефективність сільськогосподарських формувань є головною характеристикою їхньої господарської діяльності. Тому поняття «ефективність» є складною дефініцією, що пов'язана з дією об'єктивних економічних законів та впливом зовнішніх чинників, які створюють умови не визначеності та мають безпосередній вплив на кінцеві результати господарської діяльності аграрних підприємств.

У сучасній економічній науці ефективність є відображенням вдалого управління ресурсами і витратами підприємства в довгостроковій перспективі. Дане бачення ґрунтується на вивченні підходів В. Андрійчука, В. Базілевича, П. Друкера. Так В. Базилевич розглядає «ефективність» як поняття, яке характеризує віддачу, результативність діяльності підприємства і свідчить не лише про приріст обсягів виробництва, а й про те, якою ціною, якими витратами ресурсів досягається цей приріст, тобто відображає якість економічного зростання [3].

П. Друкер в свою чергу розглядає «ефективність» як «робити речі правильно». Науковець підкреслює, що спочатку управлінець визначають правильний цільовий орієнтир діяльності підприємства, а потім намагаються досягти його з використанням мінімальної кількості ресурсів.

В. Андрійчук трактує ефективність як економічну категорію, що відображає співвідношення між одержаними результатами і витраченими на їх досягнення ресурсами, причому при вимірюванні ефективності ресурси можуть бути представлені або в певному обсязі за їх первісною вартістю або частиною їх вартості у формі виробничих витрат [1].

Зважаючи на широкий спектр суджень щодо визначення категорії «ефективність» в економічній практиці можна виділити три підходи до її трактування (рис. 1)

Рис. 1. Підходи до визначення поняття «ефективність»

Таким чином, визначення різноманітності підходів до трактування поняття «ефективності» дає можливість для кожного господарюючого суб’єкта економіки встановлювати та розглядати ефективність виробництва самостійно, не зважаючи на інші підприємства; вивчати динаміку її змін та порівнювати дію факторів на величину отриманого ефекту.

Вивчаючи праці вчених-науковців приходимо до висновку, що для повного визначення категорії «ефективність» слід розглянути основні її види, кожний з яких має практичне значення для системи господарювання. Так в економічних працях виділяють чотири типи ефективності: технологічна, економічна, соціальна та екологічна. Технологічна ефективність характеризується використання ресурсів виробництва, основним її критерієм є максимальний вихід продукції з одиниці землі при збереженні природного середовища і дотримання екологічної рівноваги [5]. Економічна ефективність відображає ступінь реалізації виробничих відносин і визначає ефективність виробництва продукції [4]. Тому економічна ефективність сільськогосподарського виробництва це отримання продукції з одного гектара земельної площі, від однієї голови худоби при найменших затратах праці і коштів на виробництво одиниці продукції. Ефективність сільського господарства включає не тільки співвідношення результатів і витрат виробництва, в ній відбиваються також якість продукції і її здатність задовольняти ті чи інші потреби споживача [5]. Соціальна ефективність характеризує соціальний розвиток і полягає у

скороченні тривалості робочого тижня, збільшенні кількості нових робочих місць і рівня зайнятості працівників, поліпшенні умов праці та побуту. [4].

Екологічна ефективність для аграрних підприємств досягається шляхом створення конкурентоспроможних за ціною товарів і послуг, які задовольняють потреби людей і підвищують якість життя, одночасно зменшуючи вплив на навколишнє середовище і ресурсомісткість. Досягнення економічної екологічної ефективності націлює підприємство на створення більшої цінності для споживачів при мінімізації забруднення середовища, відходів і використання ресурсів. З поміж чотирьох видів ефективності найбільш повно вона трансформується в поняття економічної ефективності виробництва. Тому економічна ефективність це досягнення виробництвом найвищих результатів за найменших витрат живої та уречевленої праці у вартісних та натуральних показниках [6].

В умовах конкурентної боротьби суб'єктів аграрного сектору ефективність господарської діяльності є ключовим фактором в управлінні ним. Реалізація стратегії конкурентоспроможного розвитку, яка побудована на принципах підвищення економічної ефективності функціонування дозволить вільно адаптуватися в ринковому середовищі та інтегруватися у європейську систему суспільно-економічних відносин. Нами визначено, що «ефективність» є поняттям, яке має різні теоретичні підходи до визначення та знаходиться у прямій залежності від якості управляння ресурсами, витратами та відображає співвідношення між отриманими вигодами та витратами на їх досягнення. Проаналізувавши різні погляди науковців, можна дійти висновку, що підприємствам, які функціонують в ринковому середовищі їм варто розглядати всі підходи до вибору та оцінки категорії «ефективності» для того, щоб сформувати конкурентоспроможну стратегію вдалого розвитку виробничо-господарської діяльності.

Список використаних джерел:

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : підруч. / В. Г. Андрійчук. – 2-ге вид., доп., перероб. – К. : КНЕУ. – 2004. – 624 с.
2. Андрійчук В. Г. Ефективність діяльності аграрних підприємств: теорія, методика, аналіз : моногр. / В. Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ. – 2005. – 292 с.
3. Базилевич В. Д. Економічна теорія: Політекономія: Підручник / В.Д. Базилевича. – 7-ме вид., стер. – К. : Знання-Прес, 2008.– 719 с.
4. Економіка підприємства : підручник / [Грещак М. Г., Колот В. М., Наливайко А. П.та ін.] ; під ред. С.Ф. Покропивного. – [2–ге вид., перероб. та допов]. – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с.
5. Економіка підприємства: навч. посібник / В. І. Мацибора, В. К. Збарський, Т. В. Мацибора. – К.: Каравела, 2008. – 312 с.
6. Економічна енциклопедія: у трьох томах / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.

Талавиря Микола
д.е.н., професор,
Талавиря Олександр
аспірант
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

ПЕРСПЕКТИВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Прагнення України до інтеграції у європейське співтовариство потребує розробки заходів і механізмів сталого розвитку українського села та прийняття правильних рішень у цій сфері розвитку людського потенціалу нашої держави. Без подолання негативних тенденцій у розвитку сільських територій, на яких проживає майже третина населення України, наша країна не зможе ефективно конкурувати з іншими країнами. Низький рівень життя сільського населення загрожує відпливом найбільш активної та працездатної його частини до міст, активізує зовнішню трудову міграцію, що посилює занепад сільських територій. [1].

Ринкові умови потребують дієвих механізмів створення сприятливих умов для комплексного розвитку сільських територій, високоефективного конкурентоспроможного як на внутрішньому, так і зовнішньому ринку аграрного сектору, розв'язання соціальних проблем села, гарантування продовольчої безпеки країни, збереження селянства як носія української ідентичності, культури і духовності. Такі механізми визначені у пріоритетах діяльності Міністерства аграрної політики і продовольства України та Єдиної комплексної стратегії розвитку сільського господарства та сільських територій на 2015-2020 роки. Вирішення проблем сталого розвитку сільських територій знаходиться у площині збалансованості економічного, екологічного та соціального чинників загальної системи показників. [6].

Відповідно до концепції економічної політики, запропонованої голландським економістом, першим лауреатом Нобелівської премії з економіки Тінбергеном складовими економічної політики є:

ключові цілі суспільного добробуту (набір макроекономічних показників); інструменти, якими володіє уряд (4 групи: бюджетно-податкові або фіскальні, грошово- кредитні або монетарні, регулюючі доходи та зовнішні, зокрема, маніпуляції з валютним курсом);

модель, яка поєднує цілі та інструментарій і дозволяє ви значити оптимальний масштаб політичних дій [9]. В сучасних умовах ця теорія, разом з працями німецького економіста В. Ойкена [10], є базовою при формуванні системи державного регулювання соціально-економічних процесів розвитку. Сучасні науковці все більше звертають увагу на проблеми невизначеності, які є досить різноманітними. Так, в умовах невизначеності уряд не може знати точно,

який вплив справлять його заходи на цільові показники. До проблем невизначеності можна віднести часові лаги між виникненням тієї чи іншої небезпеки з прийняттям рішень та їх економічним ефектом.

Для України важливим є вивчення зарубіжних навиків формування сталого розвитку сільських територій, аналіз їхніх закономірностей і тенденцій розвитку. Особливо корисним для вітчизняної економіки, в контексті європейської інтеграції, повинен стати досвід країн Європейського Союзу. Європейський Союз приділяє велику увагу розвитку сільських територій, адже у 27 країнах ЄС частка сільських жителів становить 27,1% (згідно з класифікацією за щільністю населення), причому на переважно сільських територіях (за класифікацією на регіональному рівні) проживає 20,1% загальної чисельності населення, а частка зайнятих у сільському господарстві коливається в межах 3–4% загальної кількості працюючих. Політика розвитку сільських територій у європейських країнах здійснюється в рамках Спільної аграрної політики (САП) ЄС [14]. Протягом своєї еволюції САП ЄС поступово відходила від принципів, що базувались на територіальному поділі, переорієнтовуючись на підходи, пов'язані з територіальною координацією та компромісними рішеннями. Пріоритетами політики розвитку сільських територій ЄС на 2007–2013 рр. стали конкурентоспроможність, середовище й управління земельними ресурсами, багатофункціональне село та якість життя. Спільна аграрна політика ЄС поєднує елементи регуляторно-ринкової, цінової, зовнішньоторговельної й структурної політики. Оскільки в аграрній економіці галузевий і територіальний фактори інтегровані в одне ціле, поступово цілі САП ЄС змістилися з вирішення проблем сільського господарства до завдань розвитку сільських територій. Тому, говорячи про сучасну аграрну політику ЄС, треба розуміти, що вона формувалася та функціонує на фундаменті та у рамках регіональної, насамперед структурної, політики. САП ЄС в широкому розумінні – це напрям загальної політики ЄС, спрямований на: - покращення правового регулювання відносин в аграрній сфері; - вдосконалення адміністративних відносин між відповідними інститутами та суб'єктами господарювання в сільському господарстві; - прийняття економічно доцільних та ефективних регуляторних актів, які посприяють підвищенню конкурентоспроможності сільського господарства ЄС і розвитку сільської місцевості; - сприяння подальшій лібералізації сільського господарства ЄС згідно з вимогами СОТ [14]. Важливе значення для організації ефективного розвитку сільських територій Європейського Союзу має створення спеціалізованих інституцій. З 1988 р. діє Європейська робоча група з питань розвитку сільських територій та відновлення села (ARGE). Для забезпечення фінансування програм розвитку сільських територій створено такі важливі інституції як Європейський фонд регіонального розвитку (ERDF), Європейський соціальний фонд (ESF), Європейський сільськогосподарський фонд орієнтації та гарантій (EAGGF), Фонд фінансових інструментів підтримки рибальства (FIFG) тощо [11]

Список використаних джерел:

1. . Очікувані результати та можливі ризики аграрного сектору України за умов реалізації Угоди про асоціацію з Європейським союзом. Проблеми державного будівництва в Україні № 23 : у 2 томах: збірник матеріалів XX Міжнародної науково-практичної конференції професорсько-викладацького складу «Європейський вибір України в контексті безпекових викликів та сучасних реалій», 14 березня 2015 року / Київський міжнародний університет. – К. : КиМУ, 2015. – Т. 2. – 164 с.

2. Розвиток біосоціальної економіки та підвищення управління природокористуванням. Тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції «Розвиток національної економіки: теорія і практика», м.Івано-Франківськ. – Тернопіль: Крок, – 2015. - Ч.2. – 446 с.

3. Напрями підвищення рівня рентабельності у сільськогосподарських підприємствах Київської області. Тези виступів Другої міжнародної науково-практичної конференції «Удосконалення обліку, аналізу, аудиту і звітності у сучасних умовах глобалізаційних процесів у світовій економіці». – Ужгород: ДВНЗ «УжНУ», 2015. – 274 с.

4. Розвиток біоорієнтованої економіки на науковій основі. Науковий вісник Ужгородського університету. Серія «Економіка». Випуск 1 (45). Т.2. – Ужгород, 2015. – 430 с.

5. Особливості виробництва тваринницької продукції на органічній основі. Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції «Органічне виробництво і продовольча безпека». – Житомир : Вид-во «Полісся». 2015. – 648 с.

6. Проблеми розвитку малих форм господарювання на селі. Збірник матеріалів Міжнародної науково-практичної конференції та П'ятнадцятих річних зборів Всеукраїнського конгресу вчених економістів-аграрників «Сучасні проблеми та перспективи міжнародної інтеграції аграрного сектору економіки України». – К.: ННЦ «ІАЕ», 2015. – 596 с.

7. Монографія. Розвиток біоорієнтованої економіки та підвищення економічної ефективності управління природокористуванням. Монографія. – Ніжин: ПП Лисенко М.М., 2015. – 328 с.

8. Монографія. Формування державного резерву для розвитку економіки України. Монографія : [навчальний посібник] / [укладачі: М.П.Талавиря, В.В.Ващенко та ін.] – К. : – 296 с.

9. Bioeconomy development in Europe in conditions of the globalization challebges / Talavyria M.P., Lymar V.V., Baidala V.V., Talavyria O.M. // Ekonomika APK. – 2015. – №8. – P. 20-26.

10. Aspects of sustainable development enterprises / Talavyria M.P., Talavyria O.M. // Scietific Letters of Academic Society of Michal Baludansky. – 2015. – Volume 3, No.3. – P. 147-149. (м.Кошице, Словаччина).

11. The rise of the: Emerging Economies: towards functionning agricultural markets and trade relations? World wheat market instability inspired by emerging markets / Skrypnyk A., Talavyria M., Bukin E. // Journal of financial management and accounting. Warsaw University of Life Sciences – SGGW. – 2015. – No.3 (1). – P. 47-62.

Тымчишина Лилия
студентка
Гуржий Наталия
д. е. н., доц.
Запорожский национальный университет
г. Запорожье
Украина

ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В УКРАИНЕ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

Инновация– это конкретный результат инновационной деятельности, которая получена в виде нового или усовершенствованного товара или процесса.

Сегодня слово «инновация» становиться популярным, в особенности они привлекательны для чиновников, что ведёт за собой переписывание различных программ и концепций инновационного развития Украины. На практике, за последние годы, что делалось правительствами, наблюдается малоэффективное развитие научно-технического потенциала страны. Но Украина имеет ряд предпосылок, которые помогают стране оставаться на 41 месте в рейтинге самых инновационных стран по версии Bloomberg за 2015 год, и продвигаться на высшие позиции.

В рейтинге Global Innovation Index в Bloomberg есть 7 основных критериев по которым его определяют: концентрация высоких технологий, эффективность высшего образования и процент дипломированных специалистов, количество патентов на число миллион жителей, процент средств ВВП, направляемых государством на научные исследования, продуктивность, количество хай-тек компаний и добавленная стоимость производства в процентах от ВВП.

Лучшим показателем критериев у Украины– традиционно, является образование (пятое место). Наихудший показатель с продуктивностью труда– 50 место среди 50 стран [1].

В Украине существует Инновационная палата– общественная организация, направленная на защиту изобретателей, и рационализаторов, на внедрение в производство их разработок.

Инновационная палата Украины единственное неприбыльное общественное объединение граждан Украины, заинтересованных в инновации, и внедрении новых технологий.

Почти никто из владельцев предприятий не заинтересован в инвестициях. Владельцами предприятий стали те, кто был близок к власти– депутаты, генералы, прокуроры и т. д. Очевидно, то что они не знают специфику производства, и не заинтересованы в его развитии. Взятки и личные связи решают проблемы со сбытом продукции, а не за счет инноваций, которые позволили бы вывести продукцию на новый уровень. Каждая достойная инновация– это прибыль, а значит– перераспределение финансовых потоков.

Украинское развития в сфере инноваций может быть развито изобретателями, учеными и рационализаторами, при условии, что владельцы предприятий, депутаты и другие будут спонсировать новые идеи. [2].

Для улучшения состояния и развития инноваций необходимо обратить внимание на такие проблемы:

1. Наличие объективных условий для развития, имеющихся значительных научно-технических потенциалов и наукоемких производств;

2. Необходимость вырваться из системного кризиса;

3. Недостаточные законодательное, нормативное обеспечение и отсутствие источников финансирования.

Очевидно, что решение вопросов, связанных с активизацией инновационной деятельности предприятий является одной из основных условий успеха рыночных реформ [3].

Потенциалом для достижения вышеприведённых условий являются:

1. Стартовая точка с нуля. Украина имеет большие перспективы. Ярким примером является послевоенная Германия, которая была полностью разрушена. Восстанавливаясь, страна начала вкладывать огромные деньги в создание наиболее современного производства, и, в конце концов, даже обошла Францию, которая претерпела значительно меньших потерь в войне. Для, чтобы двигаться быстрее, нужно развивать новое. Сейчас Украина имеет шанс создать новейшие производства, лучшие технологии, и через 5-10 лет быть первой в ведущих отраслях.

2. Ресурсы. Развитие инноваций предусматривает или вложения денег в исследования, или наличие в стране природных богатств. Объективно, Украина пока способна производить исключительно сырьевые товары. Поэтому надо понять, что есть у страны уникальное, чего нет в других странах, на чем можно построить продукт. Сделав ресурсный аудит, необходимо посмотреть, кто сейчас в мире работает с этими продуктами. Ведь именно они имеют ноу-хау и заинтересованы наиболее эффективно производить этот продукт.

Примером есть производство электромобилей. Для их выпуска нужны батареи, построенные на литиевых сплавах. Не каждая страна имеет литий в своем потенциале, в то время, как Украина– это богатая, с точки зрения запасов лития, страна в Европе. Если правильно подойти к использованию этого ресурса, то инновации придут сами.

3. Высокий уровень ИТ-специалистов. Конкурентоспособность национальных экономик тесно связана с развитием ИТ-сектора. И хотя ИТ-отрасль в Украине находится на довольно низком уровне, уровень специалистов в ней чрезвычайно высок.

Уже Украина находиться на первом месте по количеству разработчиков в Восточной и Центральной Европе.

4. Научный потенциал. От советских времен наша страна получила огромные научные достижения Национальной академии наук, и многих других научно-исследовательских институтов и других учреждений исследовательского профиля. И даже, несмотря на значительное снижение спонсирования со стороны государства и потери ценных кадров (в связи с положением в 90-х годах), наука в Украине хранила базовую часть своего потенциала и, при наличии средств, способна генерировать качественные инновации.

5. Открытость европейских рынков

Украина имеет доступ к европейским рынкам, но не достаточный уровень стандартов. Чтобы быть конкурентоспособными, стране необходимо переходить к инновационным технологиям.

Любая страна имеет шанс стать лидером в производстве или внедрении той или иной инновации. Но, чтобы развиваться, Украина не должна концентрироваться на сырьевом подходе, она должна создавать уникальные услуги, которые могут быть предоставлены и восприняты на других рынках. Все необходимое для этого есть. Главный фактор успеха - системность и непрерывность шагов, направленных на развитие инноваций.

Список литературы

1. Украина потеряла 8 мест в рейтинге инновационных стран по версии Bloomberg [Електронні ресурси] / LB.ua. - Режим доступу:http://economics.lb.ua/state/2016/01/19/325902_ukraina_poteryala_8_mest_reytinge.html

2. Инновации и нанотехнологии в Украине [Електронні ресурси] / UBR. - Режим доступу: http://ubr.ua/business-practice/innovation-in-business/innovacii-i-nanotehnologii-v-ukraine-57142

3. Как построить в Украине экономику инноваций [Електронні ресурси] / delo.ua. - Режим доступу: http://delo.ua/tech/kak-postroit-v-ukraine-ekonomiku-innovacij-295863/?supdated_new=1459267697

Токарева Елена
ст. преподаватель
Ергалиев Канат
к.э.н., доцент
Университет Нархоз
г. Алматы
Республика Казахстан

ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В БИЗНЕСЕ

Деятельность любой компании зависит не только от правильно выбранной стратегии, компетентного руководства, наличия ценных ресурсов и рынков

сбыта. Успешное развитие любого бизнеса невозможно без доступа к инвестиционному капиталу. И здесь очень важно понимать, что инвесторы не станут вкладывать значительные средства в компанию, не имеющую эффективной системы управления и контроля ее деятельности.

Инвесторы стали особенно настойчивы в своем стремлении получать полную информацию о состоянии дел в компаниях. Инвесторы, и, прежде всего, зарубежные, ставят вопрос сколько-нибудь серьезного увеличения инвестиций в отечественные компании в зависимость от существенного улучшения корпоративного управления. За акции компаний, создавших у себя систему корпоративного управления, понятную инвесторам, они готовы платить существенную премию.

Но при этом инвесторы требуют участия в реальном контроле над процессом управления, чтобы обеспечить эффективное использование активов для реализации своих интересов. Они хотят видеть в компаниях, в которые они уже вложили или готовы вложить свои средства, систему корпоративного управления, которая обеспечивает достаточный уровень информационной прозрачности, ясности в процессе принятия корпоративных решений и тем самым дает им дополнительные гарантии. Инвесторам нужно, чтобы основные процедуры корпоративного управления отвечали всем этим требованиям и были соответствующим образом закреплены во внутренних документах компании.

Корпоративное управление – один из определяющих факторов в принятии инвестиционных решений: свыше 80% инвесторов заявляют о своей готовности платить больше за акции компаний с хорошим качеством корпоративного управления по сравнению с компаниями, где управление находится на низком уровне [1].

Только за счет улучшения корпоративного управления компании могут рассчитывать на получение премии к нынешней цене своих акций в размере от 20 до 50%.

Эффективно управляемые компании вносят более значительный вклад в национальную экономику и развитие общества в целом. Они более устойчивы с финансовой точки зрения, обеспечивают создание большей стоимости для акционеров, работников, местных общин и стран в целом.

Для отечественных компаний проблематика корпоративного управления достаточно нова. Подавляющее их большинство с момента начала рыночных реформ предпочитали развиваться исключительно за счет собственных средств. Но на быстро растущих рынках, в условиях динамичной смены технологий и острой конкуренции, собственных средств оказывается явно недостаточно. Неминуемо встает вопрос привлечения внешних средств, причем на регулярной основе и в значительных объемах. А это уже требует подтверждения того, что работа компании организована в соответствии с современными управленческими принципами.

Рис. 1. Преимущества корпоративного управления [2]

Грамотная система корпоративного управления позволяет не только наилучшим способом использовать возможности имеющихся акционеров и предоставленные ими ресурсы, но и привлекать новых инвесторов. При равных производственных, финансовых и иных базовых показателях компании с хорошей репутацией в области корпоративного управления стоят намного дороже. И этому, в частности, способствуют инвестиционные и консалтинговые компании, выступающие консультантами и агентами портфельных инвесторов. Существует достаточное количество исследований, увязывающих корпоративное управление и эффективность деятельности компании. При этом существуют отличительные стимулы для внедрения корпоративного управления, т.е. преимущества, которые могут получить компании при внедрении стандартов корпоративного управления (рисунок 2).

К современным тенденциям в развитии системы корпоративного управления мы можем отнести: необходимость создания комитета совета директоров, состоящие главным образом из независимых директоров; ужесточение критериев независимости в отношении членов совета директоров; раскрытие информации о вознаграждении топ менеджеров; активное внедрение новых информационных и коммуникабельных технологий; развитый рынок услуг по совершенствованию корпоративного управления

.

Таким образом, значение эффективного корпоративного управления выходит за рамки проблемы соблюдения прав акционеров в отдельно взятой компании, на карту поставлено формирование принятой основы экономического роста, привлечение инвестиций, создание мощного частного сектора.

Список использованных источников

1. Кашанина Т.В. Корпоративное право -М.: Юрист. –2007. –116с.
2. Карнаухов С. Эффективность корпоративных структур // Международная экономика. -2009. –№ 1. –С.9-17.

Рис. 2. Преимущества эффективного корпоративного управления

Томашевська Ольга
к.е.н., доцент
Національний університет біоресурсів і
природокористування України
м. Київ
Україна

ОКРЕМІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ

Зовнішньоекономічна діяльність є особливим видом економічної діяльності, що тісно пов'язана з іншими галузями національного господарства та є важливою умовою економічного зростання країни. Значення зовнішньоекономічної діяльності зростає в умовах сьогодення, коли розвиваються процеси міжнародної інтеграції та глобалізації світового господарства. За стабільних умов даний вид діяльності сприяє розвитку перспективних напрямків експортного потенціалу держави, дозволяє вирішувати проблеми нестачі енергоносіїв, новітньої техніки, технологій тощо.

Визначальним показником, який характеризує зовнішньоекономічну діяльність, є обсяг прямих іноземних інвестицій до країни та з неї. За даними Державної служби статистики України, загальний обсяг прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу та боргових інструментів) на 31 грудня 2015 р. становив 51195,6 млн дол. Для порівняння – загальний обсяг прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу та боргових інструментів) на 31 грудня 2014 р. становив 54 млрд 484,0 млн дол. [1]. Тобто обсяг залучених прямих іноземних інвестицій в економіку нашої держави в 2015 р. знизився, порівняно з 2014 р. на 3,3 млрд дол., що є позитивною динамікою в плані уповільнення процесу скорочення обсягів інвестицій. Так, у 2014 році обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну в порівнянні з 2013 роком за даними Українського інституту стратегій глобального розвитку та адаптації знизився на 12,2 мільярда доларів. Причому, падіння інвестицій з Кіпру, через який український і російський бізнес традиційно реінвестують в Україну, склало 5,5 млрд доларів, а з Російської Федерації – 1,5 мільярда доларів [5].

Звичайно, наведені факти значною мірою обумовлені подіями на Сході держави та загальною нестабільністю в Україні. Проте існує й низка інших факторів, що стримують потік зовнішніх інвестицій в Україну, на яких протягом останніх років наголошують міжнародні дослідники та аналітики: 1) складна податкова система; 2) відсутність дієвої системи страхування інвестицій; 3) недосконала судова система, яка часто є інструментом рейдерських атак [2].

Вагомий вплив на зниження рівня закордонних інвестицій, чинить нестабільність в економіках США та Євросоюзу. В умовах падіння темпів економічного зростання, міжнародні інвестори готові вкладати кошти тільки за умови ідеального інвестиційного клімату. На жаль, у нас наразі такий відсутній через нестабільну турбулентну політичну й економічну ситуацію в країні, через корупцію, яку всі тільки обіцяють подолати, через складну ситуацію з

окупованими територіями. Наразі необхідним є пришвидшення регуляторних змін для утримання існуючих міжнародних інвесторів на українському ринку та їх залучення.

До показників, які характеризують зовнішньоекономічну діяльність держави, відносяться й обсяги зовнішньої торгівлі товарами за країнами, а саме – обсяги імпорту та експорту. В 2014 р. до першої десятки країн, із яких Україна імпортувала товари, ввійшли такі країни, як Російська Федерація (12700,0 млн дол), Китай (5411,0), Німеччина (5361,5), Білорусь (3970,8), Польща (3070,8), США (1928,9), Італія (1509,0), Угорщина (1464,0), Туреччина (1299,5). Враховуючи гострі відносини, що склалися нині між Російською Федерацією й Україною та Туреччиною і РФ, можна припустити зростання обсягів імпорту в 2016 р. до нашої країни з Туреччини в зв'язку з переорієнтацією її ринків збуту, а щодо імпорту з Російської Федерації, то він уже значно зменшився. Несуттєво відрізняється перша десятка країн, із якими в Україні склалися експортні відносини: Російська Федерація (9798,2 млн дол), Туреччина (3561,4), Єгипет (2862,1), Китай (2674,1), Польща (2644,7), Італія (2468,3), Індія (1815,8), Білорусь (1617,1), Німеччина (1590,6), Угорщина (1509,9).

Характерною тенденцією 2015 року в українській міжнародній торгівлі стала переорієнтація експортно-імпортних потоків із Російської Федерації до країн ЄС. Вітчизняні виробники почали шукати нові ринки, щоб компенсувати втрати в результаті зменшення експорту до Росії.

Із окремими країнами в період 2000-2014 рр. обсяги експортно-імпортних операцій суттєво збільшилися. Зокрема, імпорт товарів із Білорусі та експорт до цієї держави вітчизняних товарів за означений період збільшилися майже в 7 разів. Більш жвавими стали зв'язки з Індією – імпорт у 2000-2014 рр. збільшився у 8,6 р, а експорт – у 10 р. Найбільш показовими є взаємовідносини з Китаєм: обсяги імпорту з цієї країни до нашої в 2000-2014 рр. зросли в 40 р., а обсяги експорту – в 4 рази. Загалом, аналітичні експертні оцінки свідчать, що зовнішня торгівля з економічно розвиненими країнами характеризується від'ємним сальдо, а додатне сальдо спостерігається в експортно-імпортних операціях з тими країнами, які знаходяться приблизно на однаковому з Україною рівні економічного розвитку, або навіть поступаються їй [4].

Основними проблемами зовнішньоекономічних відносин України є переважання в експорті сировинної групи товарів – протягом останніх десятиліть спостерігається пасивне сальдо торгівлі товарами в матеріальній формі, домінантно-монопольна залежність від практично одного імпортера найти й газу, завезення значної кількості товарів споживчого призначення (приклад тому – торговельні відносини з Китаєм), незважаючи на недостатнє завантаження власних виробничих потужностей, наявність безсистемної, не скерованої належними діями держави торгівлі з іншими країнами.

Однак, певні зрушення у вирішення проблем зовнішньоекономічної діяльності нашої держави є, особливо після вступу України в 2008 р. до СОТ. У квітні 2016 року заплановано провести перший огляд торговельної політики

України в СОТ, який також може зумовити позитивні тенденції. За інформацією Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, на даний час Україна є членом 21 робочих груп щодо вступу нових членів до СОТ. У ході переговорів Україна ставить на меті розширити можливості щодо диверсифікації та зростання експорту товарів і послуг українських виробників, а також виходу на нові географічні ринки, за рахунок: - зниження зв'язаних ставок ввізного мита країн у режимі найбільшого сприяння, - усунення нетарифних бар'єрів (у т.ч. у сфері технічного регулювання, санітарних та фітосанітарних вимог, субсидування); - забезпечення передбачуваності та прозорості торговельного режиму країн завдяки зобов'язанням щодо приведення національного законодавства та практики у повну відповідність до норм угод СОТ [3].

Загалом, зовнішньоекономічна діяльність нашої держави в умовах сьогодення, попри окремі позитивні тенденції, в цілому є недосконалою та вимагає оптимізації в першу чергу через покращення державного регулювання.

Список використаних джерел

1. Державний комітет статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua

2. Мірзоєва Т.В. Прямі іноземні інвестиції в Україні: сучасний стан, проблеми та шляхи їх вирішення / Т.В. Мірзоєва, О.А. Томашевська // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – №10. – С. 12 – 14.

3. Співробітництво України з Світовою організацією торгівлі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua

4. Талавіра Є.В. Сучасні тенденції регулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах глобалізації / Є.В. Талавіра // Ефективна економіка. – 2014. – №9 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economy.nayka.com.ua

5. У 2014 році іноземні інвестиції в Україну впали на $12,2 млрд – аналітики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ua.korrespondent.net

Трохимик Дарья
студентка
Давыдова Наталья
к.э.н., доцент
Полесского государственного университета
г.Пинск
Республика Беларусь

РАЗВИТИЕ ЛИЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Актуальность развития лизинга в Республике Беларусь обусловлена значительной физической изношенностью производственных и непроизводственных основных фондов, наличием морально устаревшего оборудования, низкой эффективностью его использования и другими факторами.

Лизинг - это вид предпринимательской деятельности, направленной на инвестирование временно свободных или привлеченных финансовых средств, когда по договору финансовой аренды (лизинга) арендодатель (лизингодатель) обязуется приобрести в собственность указанное арендатором (лизингополучателем) имущество у определенного продавца и предоставить это имущество арендатору за плату во временное владение для предпринимательских целей [1].

Сегодня большинство предприятий Республики Беларусь испытывают недостаток оборотных средств. Они не могут обновлять свои основные фонды, внедрять современные технологии производства, а, значит, не могут выпускать конкурентоспособную продукцию и осваивать зарубежные рынки сбыта. Благодаря лизингу, можно способствовать техническому переоснащению предприятия. Лизинговая операция выгодна всем участвующим: одна сторона имеет возможность в приобретении необходимого оборудования ; другая сторона гарантию возврата кредита, так как объект лизинга является собственностью лизингодателя или банка, финансирующего лизинговую операцию, до поступления последнего платежа. Кроме того, лизинговое оборудование может использоваться в качестве залога, являясь гарантией обеспечения исполнения обязательств перед кредитодателем.

С помощью лизинга могут быть привлечены инвестиции, необходимые для модернизации основных фондов в различных отраслях экономики Республики Беларусь.

Лизинг в самом широком толковании представляет собой комплекс имущественных и экономических отношений, возникающих в связи с приобретением в собственность имущества и последующей передачей его во временное пользование за определенную плату.

На сегодняшний день белорусский рынок лизинговых услуг объединяет около 100 компаний - банковских дочерних структур и частных фирм. Рынок лизинга в Республике Беларусь развивается высокими темпами. Основными лизинговыми компаниями в Беларуси являются «АСБ Лизинг», «Промагролизинг», «ВТБ Лизинг», «Райффайзен-Лизинг», «ВестЛизинг» и т.д.

Один из самых важных показателей рынка лизинга – это объем лизингового портфеля. Он отражает суммарный объём обязательств лизингополучателей на конец отчетного года. Суммарный лизинговый портфель участников рынка лизинговых услуг Республики Беларусь составил 19 673,5 млрд. рублей, что на 10% больше лизингового портфеля белорусских лизингодателей на 01.01.2014 года. На 01.01 2014 года суммарный объём лизингового портфеля составил 17 908 млн. рублей. Отношение величины лизингового портфеля на конец 2015 года к объёму нового бизнеса за год, характеризующее динамику роста рынка лизинга, составило 1,53 (Таблица 1).

Таблица 1

Динамика лизингового портфеля участников рынка лизинговых услуг Республики Беларусь за период 2013-2015гг.

	01.01.2013 г.	01.01.2014 г.	01.01.2015 г.
Объём лизингового портфеля (млн. руб)	16 137	17 908	19 674
Процент роста к предыдущему году	47 %	11 %	10 %
Отношение величины лизингового портфеля к объему нового бизнеса	1,52 %	1,68 %	1,53 %

Примечание - Источник: [2, 3]

Развитию лизинга в Республике Беларусь препятствует следующие причины:

1. Неразвитость инфраструктуры лизингового рынка;
2. Недостаток квалифицированных кадров на белорусском рынке лизинговых услуг.

Инфраструктура, способствующая развитию лизинга в Республике Беларусь должна включать в себя более широкую сеть лизинговых компаний, соответствующую систему информационного обеспечения о предложениях лизинговых услуг. Неразвитость инфраструктуры предъявляет высокие требования к руководителям и работникам лизинговых компаний, поскольку необходимо приложить больше усилий для того, чтобы клиент заинтересовался в лизинге и обратился к услугам лизинговой компании. Пока же усилия по развитию лизинговой культуры в Республики Беларусь, хотя и существуют, но крайне разобщены.

В целях развития лизинга в Республике Беларусь необходимо провести детальный анализ деятельности имеющихся лизинговых компаний и разработать пути преодоления трудностей.

Для решения проблем необходимо, во-первых, провести следующие процедуры в сфере законодательства, чтобы оживить процесс лизинга в Республике Беларусь: упростить систему налогообложения, сделать ее более четкой, ясной; упростить процедуры создания, регистрации частных предприятий; обеспечить равенство перед законом предприятий всех форм собственности; создать условия для защиты прав собственности.

Во-вторых, разработать план реализации маркетинговой политики в области увеличения спроса на объекты лизинга. Это может быть различная рекламная деятельность по телевидению, радио, газетных периодических изданиях. Эффективным будет проведение различных телевизионных программ на тему лизинга, в которых подробно будут описываться преимущества и недостатки белорусского рынка лизинговых услуг, описываться деятельность лизинговых компаний.

В-третьих, необходимо создать благоприятные условия для осуществления международного лизинга, т.е. уменьшить налоговые сборы, на объекты лизинга, передаваемые за рубеж; ускорить процедуру документооборота, поставки предметов лизинга.

Для решения проблемы недостатка квалифицированных кадров, необходимо чтобы высшие и средние учебные заведения занимались подготовкой таких специалистов. Её можно решить путём введения новой специальности в вузах.

Можно с полной уверенностью сказать, что лизинг в нашей стране постепенно будет наращивать свои обороты и играть все более важную роль в экономике Беларуси.

В заключение следует отметить, что для развития рынка лизинговых услуг недостаточно только создание прогрессивной нормативно-правовой базы. Необходимо ещё проведение целенаправленной макроэкономической политики по реализации потенциала лизинга в экономике. Таким образом, для развития инфраструктуры лизингового рынка необходимо создать более широкую сеть лизинговых компаний, специализированных консалтинговых фирм и соответствующую систему информационного обеспечения о предложениях лизинговых услуг.

Список использованных источников

1. Деньги, кредит, банки: Учеб. / Г.И. Кравцова и др.; Под ред Г.И. Кравцовой. – Мн.: БГЭУ, 2012 – 639 с.
2. Белорусский рынок лизинга. Обзор 2014 г.: Сборник материалов / А. И. Цыбулько, С. В. Шиманович. – Минск: Издатель А. Н. Вараксин, 2015. – 64 с.
3. Отдельные показатели деятельности лизинговых и микрофинансовых организаций Республики Беларусь / Национальный Банк Республики Беларусь [Электронный ресурс] – 2016. – Режим доступа http://www.nbrb.by/publications/bulletin/Stat_Bulletin_2016_01.pdf. – Дата доступа: 27.03.2016.

Турчіна Світлана
к.е.н., доцент
Сумський національний аграрний університет
м. Суми
Україна

УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах глобалізації та інтеграції, посилення конкуренції на світовому ринку, розповсюдження сучасних інформаційних систем зовнішнє середовище постійно змінюється, створюючи все складніші умови для діяльності підприємств. Сучасна практика ведення бізнесу доводить, що економічний розвиток господарюючих суб’єктів можливий лише на основі пошуку шляхів пристосування та адаптації до зовнішнього середовища, яке якісно та швидко

змінюється. Так, легенда американського бізнесу Джек Уелч зазначає: «будь-які зміни несуть із собою нові можливості. Тому реакцією організації на зміни повинно бути не вичікування, а підвищення активності. Змінюватись слід раніше, ніж Вас змусять це зробити!». Відтак, постає проблема складного, але водночас необхідного завдання менеджменту - ефективного управління змінами на підприємстві.

Управління змінами займає чільне місце в управлінні організацією, а самі зміни, за умов економічної турбулентності, які нині склалися в Україні, стають невід'ємним елементом ведення бізнесу. Управляти змінами - значить рухатися від проблемного стану до стану вирішеної проблеми.

Фундатором процесу організаційних змін більшість науковців, які займаються визначеною проблематикою, вважають американського соціолога Курта Левина. Запропонований ним в 1951 р. трьохступінчастий підхід «розморожування (процес визнання необхідності організаційних змін) - здійснення змін (самі зміни або процес їх здійснення) - заморожування (процедури підсилення, підтримки змін до такого рівня, коли вони стають сталою частиною системи)» і нині залишається найпоширенішим «загальним рецептом» по впровадженню змін в організаціях.

Цікавими є наукові дослідження Ларрі Грейнера, який більш відомий як автор моделі життєвого циклу організації. Так, вказаним науковцем розроблена модель успішного управління змінами, яка продемонстрована процесом із шести етапів:

1. Тиск і спонукання (тиск факторів зовнішнього середовища та визнання необхідності змін через динаміку внутрішніх факторів);
2. Посередництво та переорієнтація уваги (залучення зовнішнього консультанта чи співробітників як посередників);
3. Діагностика і визначення конкретних проблем – усвідомлення (збирання інформації «згори донизу» за умов зворотного зв'язку);
4. Вирішення проблеми та забезпечення зобов'язання щодо виконання нового курсу;
5. Експеримент і виявлення (аналізування наслідків експериментального впровадження змін з метою підвищення їх ефективності шляхом коригування);
6. Підкріплення і згода (мотивування персоналу та впровадження змін).

По суті, Л. Грейнер деталізував етапи моделі Левіна.

Досліджуючи вказану проблематику ми звернули увагу на те, що крім моделей організаційних змін, які пропонують менеджерам конкретну послідовність, експерти з організаційних змін розробляють підходи до управління змінами, що описують загальну філософію процесу змін в організації. Так, у сучасній літературі відомі дослідники, професори Гарвардської школи бізнесу Майкл Бір і Нітін Норіа виділяються дві полярні концепції: теорія Е та теорія О, кожна з яких визначає відповідну стратегію змін.

Теорія Е розглядає фінансові цілі та орієнтується на їх ефективне досягнення, враховуючи постійний тиск акціонерів компанії. Лідери, які

вибирають теорію Е, управляють змінами зверху вниз, вважають, що лише керівник підприємства може прийняти правильне стратегічне рішення щодо змін, впровадження нових технологій і вдосконалення, тобто всіх ініціатив, необхідних для виживання у мінливих умовах зовнішнього середовища.

Теорію О характеризує високий рівень залучення працівників до процесу прийняття рішень, розвиток здібностей співробітників. Теорія О стверджує, що акцент тільки на фінансовому стані підприємства під час проведення організаційних змін - помилка. Прагнучи зберегти гармонію у взаєминах співробітників і менеджерів, теорія О намагається уникати радикальних змін і кадрових скорочень, які характерні під час використання теорії Е. Застосування теорії О організаційних змін передбачає створення атмосфери співробітництва і довіри.

Рис. 1. Процес управління змінами на підприємстві

Узагальнюючи наукові надбання щодо моделювання змін, різні підходи до управління ними, ми пропонуємо побудову процесу управління змінами на вітчизняних підприємствах, який би ґрунтувався на моделі організаційних змін

К. Левіна та наших доповнень. На нашу думку процес управління змінами на вітчизняних підприємствах має складатися із дев'яти етапів (рис. 1).

Як бачимо, процес управління змінами доцільно розділити на три окремі етапи, проходження кожного не є обов'язковим для усіх підприємств. Залежно від терміновості перетворень, попереднього досвіду управління ними, керівництво може об'єднувати деякі етапи або змінювати їх черговість.

Таким чином, уміння змінитися вчасно й потрібним чином стає однією з визначальних умов ефективного функціонування й розвитку сучасних підприємств і компаній. Ефективне управління змінами є складним та необхідним завданням менеджменту. Складність перетворень зумовлює необхідність своєчасних та комплексних змін у діяльності підприємств – у технологіях, що використовуються, у методах управління, у вимогах до компетенції фахівців, до форм взаємодії із зовнішнім середовищем.

Тюшкевич Ольга
студент
Дубойская Виктория
ассистент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ ФИНАНСОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ

В современном мире существует большое число международных организаций, которые функционируют для обеспечения политической, экономической стабильности и социального благосостояния во всем мире. К мировым финансовым организациям (МФО) относят специализированные учреждения Организации Объединенных Наций (ООН): Международный валютный фонд (МВФ), Группа Всемирного банка, Всемирная торговая организация (ВТО), а также Конференция Организации Объединенных Наций по торговле и развитию (ЮНКТАД, UNCTAD). Важное место среди мировых финансовых организаций занимает Банк международных расчетов — один из старейших финансовых институтов, работающий в области международного валютного сотрудничества и регулирования.

Республика Беларусь сотрудничает с рядом международных финансовых организаций (МФО), среди которых: МВФ, Группа Всемирного банка, т.е. Международный банк реконструкции и развития (МБРР), Международная финансовая корпорация (МФК), Многостороннее агентство по инвестиционным гарантиям (МАИ), Международный центр по урегулированию инвестиционных споров (МЦУИС) и Европейский банк реконструкции и развития (ЕБРР).

Республика Беларусь является членом МВФ с 10 июля 1992 года. Она приняла обязательства в соответствии со Статьей XIV МВФ и уже в октябре 1992 г. в Республике Беларусь открылось представительство МВФ. Членство в МВФ - один из определяющих факторов международного финансово-экономического сотрудничества Республики Беларусь.

С 1992 по 2000 годы Беларусь дважды прибегала к финансовым ресурсам МВФ: по линии фонда системных трансформаций – 217,2 млн. долларов США и по механизму "стенд-бай" – 77,4 млн. долларов США. В феврале 2005 года Республика Беларусь полностью погасила указанные кредиты МВФ. В конце 2008 года белорусские власти обратились к руководству МВФ с просьбой о заключении кредитного соглашения "стенд-бай". В результате согласования Республикой Беларусь и МВФ параметров указанного соглашения Совет Исполнительных директоров Фонда 12 января 2009 года одобрил программу сроком на 15 месяцев и выделение нашей стране финансовых ресурсов в объеме около 2,46 млрд. долларов США. Впоследствии скорректированы и одобрены обеими сторонами новые параметры программы и, в соответствии с запросом белорусской стороны, увеличен общий объем финансирования до 3,46 млрд. долларов США [1].

В апреле 2010 года программа stand by была завершена. После завершения программы Фондом осуществлялся постпрограммный мониторинг - на полугодовой основе проводились визиты экспертов МВФ в Беларусь. Реализация данной программы позволила поддержать стабильность на валютном рынке, обеспечить большую устойчивость финансовой системы, избежать кризиса платежного баланса, а также предотвратить рецессию и сохранить низкий уровень безработицы.

Наибольшая непогашенная сумма кредита МВФ для Беларуси была в 2010 г. и составила 2269,5 в млн. СДР или 40,6 в % от валовых международных резервов. Непогашенный кредит МВФ на протяжении 2010-2014 гг. для Беларуси уменьшался, а в 2015 г. он был полностью выплачен.

В 1992 году Республика Беларусь стала членом организаций группы Всемирного банка (Международный банк реконструкции и развития (МБРР), Международная финансовая корпорация (МФК), Многостороннее агентство по гарантиям инвестиций (МАГИ)). За период членства Советом Исполнительных директоров Всемирного банка были одобрены семь программ по сотрудничеству с Беларусью (1993 г., 1997 г., 1999 г., 2002 г., 2004 г., 2008 г., 2013 г.). На протяжении последних 20 лет Всемирный банк помог улучшить качество жизни людей в Беларуси, профинансировав 12 проектов на общую сумму 865 млн. долларов США, поддержав 30 национальных программ на общую сумму 23 млн. долларов США, а также предоставив доступ к знаниям, международному опыту и экспертному потенциалу.

В свою очередь. Всемирный банк подготовил целый ряд аналитических докладов по Беларуси, среди которых следует отметить «Выборочный анализ

системы управления природопользованием и охраной окружающей среды в Республике Беларусь».

Международная финансовая корпорация (IFC) инвестировала более 340 млн. долларов США в финансовый сектор, сельское хозяйство, строительство и сектор услуг. IFC также активно реализует консультативные программы в Беларуси.

В общей сумме IFC уже инвестировала 388 млн. долларов США в 40 проектов в различных секторах в Республике Беларусь. По состоянию на конец декабря 2012 года объем средств, выделенных IFC на реализацию проектов в Республике Беларусь, превысил 170 млн. долларов США [2].

Республика Беларусь является полноправным членом ЕБРР с 1992 года. С 1994 года в Республике Беларусь открыто Постоянное представительство Банка. По состоянию на 31 декабря 2012 года ЕБРР подписал в Беларуси 51 проект, чистая стоимость которых в совокупности составляет 1,05 млрд. евро, а общая стоимость проектов достигает 1,5 млрд. евро. Стоимость текущего портфеля составляет 390 млн. евро, из которых 78% было освоено.

В соответствии с адаптивной стратегией ЕБРР по поддержке развития частного сектора в Беларуси, текущий портфель ЕБРР включает в себя инвестиции преимущественно в частный сектор. Сектор промышленного производства, торговли и АПК (ПТА) - доля которого в текущем портфеле составляет 48% -опередил финансовый сектор в качестве доминирующего в портфеле ЕБРР. В настоящее время портфель ЕБРР включает 19 проектов в секторе ПТА на общую сумму 235 млн. евро, в том числе пять проектов в лесохозяйственном секторе Беларуси [3].

Получение Беларусью средств от кредиторов является первым шагом, поэтому важно куда они будут направлены. Полученные средства должны быть использованы для быстрой перестройки структуры экономики Беларуси. К сожалению, пока готовности к этому не прослеживается.

Помимо финансовых преимуществ, от членства в финансовых организациях Беларусь может получить и определенные выгоды в плане информационной, консультационной и технической поддержки. В частности, МВФ ежегодно публикует страновые доклады по Беларуси, которые, кроме макроэкономической ситуации в стране, содержат и подробные статистические приложения, представляющие большую ценность в качестве информационного источника.

Сотрудничество с МФО чрезвычайно важно для Республики Беларусь, так как полученные финансовые ресурсы используются на поддержание платежного баланса и создание валютных резервов государства. Сотрудничая с Беларусью, МВФ оказывает ей техническую помощь, аналитическое и консультативное содействие. Макроэкономическая эффективность кредитов МФО проявляется в укреплении финансовых позиций, стабилизации национальной валюты, снижении инфляции и придании нового импульса структурным реформам.

Список использованных источников

1. Национальный банк Республики Беларусь [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://nbrb.by. - Дата доступа: 21.03.2016.
2. Группа Всемирного банка [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.worldbank.org. - Дата доступа: 22.03.2016.
3. Европейский банк реконструкции и развития [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.ebrd.com. - Дата доступа: 22.03.2016.

Усенко Олександр
студент
Бережняк Анна
асистент
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
м. Ніжин
Україна

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Малий бізнес – бізнес, що спирається на підприємницьку діяльність невеликих фірм, малих підприємств, і які формально не входять до жодних об'єднань. Для малого бізнесу характерні незалежний менеджмент, власний капітал, локальний район операцій, невеликі розміри. Він відіграє значну роль у забезпеченні зайнятості, певною мірою забезпечує насичення ринку споживчими товарами та послугами, сприяє послабленню монополізму, розвиткові конкуренції, структурній перебудові економіки, є засобом досягнення особистого успіху.

Проаналізувавши діяльність суб’єктів малого підприємництва, можна зазначити, що попри незначну економічну вагу окремих підприємств, малий бізнес у перехідних економіках набуває досить швидкого розвитку. Це обумовлено їх вагомими конкурентними перевагами в інституційній структурі економіки, якими є: мобільність, дрібносерійне виробництво, можливість підвищення ефективності за рахунок вузької спеціалізації, швидка окупність вкладень.

Водночас зворотним боком наведених конкурентних переваг є низка системних загроз, які обумовлюють нестійкість розвитку малого бізнесу. Серед них: обмеженість фінансових ресурсів; відсутність фінансових резервів та загроза швидкого банкрутства; надто вузьке коло постачальників; висока вразливість щодо несприятливих економічних чинників (інфляція, податковий тиск).

За роки незалежності національної економіки в Україні поступово йшло ствердження сектору малого та середнього бізнесу, в якому зайнята майже половина працюючого населення країни. Позитивній динаміці його розвитку сприяли запровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності малого бізнесу, низка прогресивних норм регуляторної політики.

Дивлячись на діяльності суб’єктів малого бізнесу свідчить про наявність позитивних зрушень у розвитку цього сектора економіки, підвищення його ролі у розв’язанні проблем зайнятості та зростання доходів населення. Найбільш привабливими сферами вкладення капіталів і зусиль залишається гуртово-роздрібна торгівля. Організація торговельно-посередницьких підприємств приваблює порівняною простотою та можливістю швидкого накопичення капіталу.

Аналіз стану малого підприємництва в Україні свідчить про те, що суттєвих зрушень у розвитку цього сектора ринкової економіки не відбулося.

Основними причинами гальмування розвитку малого підприємництва в Україні та її регіонах є:

- відсутність дійового механізму реалізації державної політики щодо підтримки малого підприємництва. Це питання ще не посіло належного місця і в діяльності місцевих органів державної виконавчої влади;
- неймовірно важкий тягар оподаткування, що примушує багатьох суб'єктів малого підприємництва збочити в тіньову економіку;
- низькі темпи та перекоси в процесі реформування власності;
- відсутність належного нормативно-правового забезпечення розвитку малого бізнесу, як підприємництва в цілому;
- обмеженість або повна відсутність матеріальних фінансових ресурсів. Багато малих підприємств розпочали свою діяльність через відсутність достатньої суми стартового капіталу, власних виробничих площ та устаткування;
- недосконалість системи обліку та статистичної звітності малого підприємництва, обмеженість інформаційного та консультативного забезпечення, недосконалість системи навчання та перепідготовки персоналу для підприємницької діяльності тощо.

Завдяки забезпеченню з боку держави нормативно-правових умов для функціонування малий бізнес поступово посідає своє місце в ринковій економіці країни. На сьогодні більшість підприємців уже не мають сумнівів щодо переваг спрощеної системи оподаткування, обліку і звітності. Але, на жаль, дієвість заходів державної політики щодо підтримки розвитку малого бізнесу в Україні ще не є достатньо ефективною, і малі підприємства ще не посіли належного місця в структурі національної економіки країни та стикаються з різного роду проблемами. Тому вирішення цих питань сьогодні залишається стратегічно важливим напрямом діяльності всіх гілок влади.

Сьогодні життєво важливим є вирішення проблем розвитку малого бізнесу в Україні, налагодження його ефективної та тісної співпраці з великими підприємствами.

Розбудова економіки України та її інтеграція до європейської економіки обов'язково повинні відбуватися з використанням малого підприємництва як потужного важеля цієї розбудови.

Враховуючи досвід інших країн світу та відповідно до законодавства Європейського Союзу наша держава повинна визначити роль і місце малого підприємництва в суспільстві. При цьому під час проведення економічної реформи в країні визначальними пріоритетними напрямами державної політики повинні стати проведення державної підтримки розвитку суб'єктів малого бізнесу та дієвий захист їх інтересів.

Таким чином, реалізація державної політики підтримки розвитку малого і середнього бізнесу в Україні має розглядатися як комплекс взаємоузгоджених заходів у сфері правової, адміністративної, регуляторної, макроекономічної та інституційної політики. Спроби реалізувати це завдання за рахунок часткових заходів ведуть до деформування структури малого і середнього підприємництва в Україні та у довгостроковій перспективі приречені на невдачу.

Серед основних чинників, що перешкоджають розгортанню малого та середнього підприємництва в Україні, зазначимо:

- надмірний податковий тиск;
- слабка стартова матеріально-технічна база;
- низька продуктивність праці;
- відсутність досвіду і знань у тих, хто розпочинає власний бізнес;
- нерозвиненість інфраструктури, необхідної для підтримки та розвитку малого підприємництва;
- недостатній рівень поінформованості суб'єктів малого підприємництва щодо потенційних партнерів і конкурентів тощо.

Отже, за своєю природою малий бізнес орієнтований на оптимізацію використання доступних ресурсів. Саме структурою доступних ресурсів визначаються як галузева структура малого і середнього бізнесу, так і особливості його функціонування. Налагодження дієздатної мережі малих і середніх підприємств в економіці, яка потерпає від серйозного дефіциту фінансових, споживчих, інформаційних, організаційних та інших ресурсів, неможливе. «економіка зростання», яка має бути сформована в Україні найближчим часом, повинна спиратися на активне залучення малого бізнесу до подолання ресурсних дефіцитів та формування політики його розвитку в рамках загальної стратегії економічного зростання і структурних перетворень національної економіки.

Список використаних джерел

1. Іваницький Д. Фінансова безпека і малий бізнес //Фінанси України. - 2013. - № 8. - С.41-44

2. Базилюк А. Фінансові важелі розвитку малого бізнесу в Україні //Актуальні проблеми економіки. - 2012. - № 8. - С. 17-22

3. Волик В. Становлення малого та середнього бізнесу в Україні і його наслідки //Актуальні проблеми економіки. - 2012. - № 8. - С. 22-25

Усович Сергей
студент
Паршутич Ольга
к.э.н., доцент
Полесский государственный университет
Г. Пинск
Республика Беларусь

СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Актуальность и острота проблемы инвестиций для Республики Беларусь с каждым годом возрастают, т.к. без вложения в необходимых объемах средств в воспроизводственный процесс не создать новых эффективных рабочих мест, не добиться стабильного и долговременного экономического роста, а также невозможно заметно повысить жизненный уровень населения.

Главной целью является показ особенностей инвестиционного процесса в Республике Беларусь и тенденции его развития.

Для достижения поставленной цели необходимо проанализировать состояние инвестиционной деятельности в Республике Беларусь, а также разработать основные направления совершенствования инвестиционной деятельности в Республике Беларусь.

Всего в 2015 г. в реальный сектор Республики Беларусь (без банков) поступило 11,3 млрд долларов валовых иностранных инвестиций, что меньше, чем в 2014 году на 3740 млрд. долларов. Из них прямых – 7,2 млрд долларов (63,8% от общего объема), портфельных – 0,005 млрд долларов, прочих – 4,1 млрд долларов.

Основными инвесторами организаций республики были субъекты хозяйствования России – 45,1%, Соединенного Королевства – 30,3%, Кипра – 9,0%, Польши – 2,6%, Литвы – 1,9%, Украины – 1,2%, Китая – 1,1%, Германии – 1,0% и Австрии – 1,0%.

Наибольшие суммы иностранных инвестиций поступили в организации торговли – 45,1%, транспорта – 31,2%, обрабатывающую промышленность – 11,6% и связь – 2,6%.

Валовое поступление прямых иностранных инвестиций составило 63,8% от всех поступивших иностранных инвестиций. По сравнению с 2014 годом валовое поступление прямых иностранных инвестиций снизилось на 3,6%. Основной формой привлечения прямых инвестиций были прочие прямые инвестиции (66,9% от общего объема прямых инвестиций).

Наибольшие суммы валовых прямых иностранных инвестиций были направлены в организации торговли, ремонта автомобилей, бытовых изделий и предметов личного пользования, транспорта и связи, промышленности.

Привлечение прямых иностранных инвестиций на чистой основе (без учета задолженности прямому инвестору за товары, работы, услуги) в 2015 г. составило 1611,8 млн долларов США.

Значительные объемы прямых иностранных инвестиций с учетом задолженности за товары, работы, услуги поступили от резидентов России - 38,1%, что на 9,8% больше, чем в 2014, и Кипра – 33,2%, что на 12,7% больше по сравнению с 2014 годом[1].

Инвестиции из Беларуси за рубеж в 2015 году были направлены, главным образом, субъектам хозяйствования России (50,9% от всех инвестиций), Соединенного Королевства (23,5%) и Украины (12,8%).

На долю прямых инвестиций Беларуси за рубеж в 2015 году приходилось 90,4% всех заграничных инвестиций. Субъектам хозяйствования России белорусские организации направили 53,4% прямых инвестиций (с учетом задолженности за товары, работы и услуги) от общего объема прямых инвестиций, субъектам хозяйствования Соединенного Королевства — 26%, Украины — 13,9%[2].

Основной причиной увеличения инвестиционных потоков, является попытка увеличения конкурентоспособности белорусской продукции.

Наиболее существенно это отразилось на отраслях обрабатывающей промышленности, производства машин и оборудования, производства транспорта. Проблемы конкурентоспособности являются следствием как объективных, так с субъективных факторов. Это и завышенный курс белорусского рубля, и падение спроса на традиционном рынке сбыта – в России, и некачественный менеджмент на самих предприятиях.

Также, большую роль сыграли санкции, введенные в отношении России, которые в первую очередь стимулируют бегство капитала и спад инвестиционной активности. Для Беларуси это может стать окном возможностей: инвестиционная привлекательность нашей страны относительно России повысилась. Ведь на сегодняшний день ситуация в Беларуси кажется более предсказуемой, и в то же время белорусские предприятия имеют неограниченный доступ на российский рынок. Но есть и негативные последствия: спад в российской экономике означает снижение спроса на наш экспорт, в первую очередь на промышленную продукции, основным потребителем которой является российский рынок.

Для повышения привлекательности Республики Беларусь, необходимо обратить внимание на решение вопросов по улучшению общего инвестиционного климата (через изменения в сферах общего налогообложения, конкуренции, лицензирования и др.); усовершенствованию нормативных актов, конкретно относящихся к прямым иностранным инвестициям; устранению препятствий для развития средних и малых предприятий, привлечению прямых иностранных инвестиций в конкретные сектора, а также дальнейшей интеграции в мировые экономические структуры[3].

Таким образом, можно сделать вывод, что, не смотря на снижение инвестиционной активности в Республике Беларусь, страна имеет инвестиционный потенциал. Однако необходимо больше привлекать внимание иностранных инвесторов посредством налоговых, финансовых и нефинансовых стимулов. Главной задачей является создание международного облика страны, предоставляющей инвестору лучшие, нежели другие страны, возможности, политическая и экономическая стабильность данного государства. Различного рода льготы и преференции важны для иностранных инвесторов, но только в том случае, когда в стране имеет место общая атмосфера уважения прав бизнеса.

В Республике Беларусь созданы достаточные предпосылки для увеличения объемов привлекаемых иностранных инвестиций в экономику страны, но некоторые вопросы остаются все же нерешенными. Концентрация внимания на проблемных местах (особенно касающихся повышения конкурентоспособности продукции), проведение соответствующих комплексных реформ позволит повысить привлекательность Республики Беларусь, и, следовательно, значительно увеличить объемы привлекаемых иностранных инвестиций.

Список используемых источников

1. http://www.economy.gov.by [Электронный ресурс]: Министерство экономики Республики Беларусь. Режим доступа: http://www.economy.gov.by/ru/invpolicy/invest-klimat/pezultat - Дата доступа: 21.03.2016.

2. http://banki24.by/ [Электронный ресурс]: Банковские новости. Режим доступа: http://banki24.by/news/1361-inostrannye-investicii-v-belarusi-v-2015-godu-dostigli-113-mlrd-USD - Дата доступа: 21.03.2016.

3. http://www.ipm.by/ [Электронный ресурс]: Бизнес-школа ИПМ. Режим доступа: http://www.ipm.by/publications/pressa/spad/ - Дата доступа: 21.03.2016.

Федуняк Ігор
к.е.н., доцент
Федуняк Тетяна
асистент
ВП НУБіП України «Бережанський агротехнічний інститут»
м. Бережани
Україна

ВИКОРИСТАННЯ ДЕРЖАВНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ РЕГУЛЮВАННЯ АГРАРНОГО РИНКУ

В процесі трансформаційних процесів ринкове середовище виявилось неготовим до зростаючої конкуренції та до прискореного розвитку інтеграційних процесів, що призвело до виникнення певних проблем у розвитку та ефективній діяльності продовольчого ринку. Його спонтанна сегментація майже не вплинула на економічний стан товаровиробників, а

відтак, не відбулося формування аграрного капіталу і тому, коли регулюючі здатності ринку є слабо розвинуті, держава зобов'язана безпосередньо втручатися в ринковий механізм.

Аналізуючи діяльності агропромислового виробництва необхідно з наукової точки зору обґрунтовувати основні напрями поетапного його розвитку та досконало формувати ринкове середовище [1, с. 4].

Потреба в державному регулювання агропромислового комплексу зумовлюється певними об'єктивними чинниками:

- різноманітність природно - кліматичних умов в різних регіонах;
- сезонність цін і доходів в агропромисловому виробництві;
- монополізм в певних сферах агропромислового комплексу;
- потреба в ресурсозберігаючих технологія;
- низький ступінь інвестиційної привабливості;
- агросервісне забезпечення;
- формування соціальної інфраструктури села.

Обсяги регулювання в основному залежать від соціально-економічного розвитку господарства, а також від рівня збалансованості попиту і пропозиції на ринках аграрної продукції.

Державна підтримка, що є однією зі складових системи державного регулювання розвитку – поняття за своїм змістом більш широке і включає різні форми, способи й інструменти впливу на розвиток як аграрно-промислового виробництва, так і суспільства в цілому [2, с. 15].

В ході державного регулювання відбувається економічна підтримка аграрних підприємств для підтримання необхідного рівня дохідності та заінтересованості у виробництві такої кількості та відповідної якості продукції, яка вигідна споживачам. Ефективне функціонування державної програми підтримки сфер економіки і агропромислового виробництва зокрема, призвело до виникнення широкого кола методів державного регулювання, які поділяються на методи прямого впливу, тобто безпосередньо впливають на суб'єктів ринку і методи непрямого регулювання – визначають поведінку суб'єктів опосередковано, через створення таких економічних умов, які змушують його діяти в необхідному державі руслі. Дані методи зв'язані в єдину систему і керовані на створення ефективного державного регулювання.

Що стосується агропродовольчого ринку, то методи державного регулювання спрямовані на створення продовольчої безпеки країни та ефективного конкурентоспроможного середовища. За допомогою методів прямого і непрямого впливу, держава в особі як законодавчих так і виконавчих органів здійснює підтримку рівноваги між попитом і пропозицією продовольства, враховуючи при цьому кількісні, якісні та цінові показники.

Для вирішення найболючіших проблем сільськогосподарського ринку необхідно ефективно впроваджувати в життя механізм інвестування даного сектору економіки, який необхідно здійснювати при державній підтримці. У

підприємствах де залучається інвестиційний капітал спостерігається підвищення ефективності виробництва та рентабельності.

На сьогоднішній день стан даного сектору знаходиться у важкому становищі. Аграрний сектор істотно відстає від економіки країни взагалі за обсягами залучення інвестицій.

Оптимальний рівень залучення іноземних інвестицій в аграрний сектор України повинен бути значно вищий. Необхідні кошти, в першу чергу для модернізації, неможливо забезпечити із внутрішньодержавних фондів, тому інвестиційна привабливість іноземних партнерів є вкрай необхідною. Держане сприяння для залучення інвестицій дасть змогу збільшити надходження коштів до бюджету, що призведе до накопичення фінансових ресурсів для інвестування.

В умовах ринкової економіки розвиток агропромислового виробництва нерозривно пов'язаний із виходом на зовнішні ринки. До важливих факторів, як стримують експортні можливості української продукції можна віднести те, що не вся українська продукція стандартизована на міжнародних ринках, але за якістю в багатьох випадках не поступається аналогічній продукції інших держав. Недостатнім є розвиток інфраструктури просування продукції на зовнішні ринки, немає активної реклами. Обмеженим є асортимент продукції, не привабливий зовнішній вигляд, як самої продукції так і упаковки [3, с. 101].

В розбудові експортоорієнтовного аграрного сектора безпосередню участь повинна брати держава, яка має стати головним регулятором ринку продовольчої продукції. Регулювання зовнішньоекономічної діяльності по реалізації аграрної продукції, в першу чергу зв’язане із особливостями даної галузі. Оскільки виробництво продуктів харчування та сировини для промисловості має велике значення, як для продовольчої так і національної безпеки [4].

Регулюючи зовнішньоекономічну діяльність держава повинна сприяти в залученні на територію України прогресивних ресурсоощадливих технологій і інвестицій та створювати умови для розвитку збалансованої ринкової економіки держави в цілому.

Механізм вільного ринку при добросовісній конкуренції дає можливість в певній мірі задовольняти потреби, що виражаються в грошовій формі, через попит, тому при втручанні держави в регулювання ринку повинні визначатися певні межі, оскільки господарюючі суб’єкти мають свої власні інтереси. Надмірне втручання держави в їхню діяльність пригнічує ініціативу ринку, а механізм регулювання, на нашу думку, повинен носити тільки обґрунтований та ціленаправлений характер. В умовах сьогодення повинні тісно переплітатися, як ринкові так і державні методи регулювання, де кожен повинен мати свій вплив та свою сферу застосування.

Створюючи єдину систему державного регулювання сільськогосподарського виробництва в яку повинні входити такі заходи, як підвищення доходів сільськогосподарських виробників, обґрунтована податкова політика, зниження цін на матеріально-технічні засоби, підвищення цін на продукцію приватного сектора, в першу чергу на картоплю, регулювання фінансово-кредитного механізму для залучення інвесторів в даний сектор, розвиток селекції та племінних станцій, а також

розвитог інфраструктури в сільській місцевості дасть поштовх для стабільного розвитку даної галузі в цілому.

Список використаних джерел

1. Саблук П.Т. Об'єктивна необхідність і концептуальні основи розробки Закону України «Про сільське господарство України» / П.Т. Саблук, В.В. Юрчишин // Економіка АПК. – 2004. – № 4. – С. 3–11.
2. Каденська М.Ю. Державна підтримка розвитку аграрного сектора економіки / М.Ю. Каденська, А.В. Єрємєєва // Економіка АПК. – 2013. – № 6. – С. 14–21.
3. Бернштейн Б. Л. Формування аграрного ринку / Б.Л. Бернштейн, О.П. Комарніцька // Економіка АПК. – 2006. – № 2. – С. 98–103.
4. Кваша С.М. Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в АПК України / Кваша С.М. // Агроінком. – 2001. – № 7. – С. 53–58.

Холоменюк Інна
ст. викладач
Черкаський державний технологічний університет
м. Черкаси
Україна

ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

В умовах кризової ситуації в Україні особливого значення набуває розвиток малого бізнесу. Саме малий бізнес в умовах нестабільної економіки та обмеженості ресурсів здатні швидко реагувати на фактори зовнішнього середовища, насичувати ринок товарами та послугами та підтримувати конкурентоспроможність економіки України. Малий бізнес забезпечує зростання частки економічно активного населення, що в свою чергу збільшує доходи громадян і зрівнює диспропорції у рівні життя населення різних соціальних груп. В рамках регіональної політики України велике значення надається розвитку та підтримці підприємництва.

В Україні діє та затверджена Законом України Національна програма сприяння розвитку малого підприємництва від 21 грудня 2000 року N 2157-III. Дана програма спрямована на створення спеціалізованої розвиненої інфраструктури по регіонам України за допомогою зацікавлених сторін, що буде орієнтована на сприяння сталого розвитку підприємств малого бізнесу у сучасних ринкових умовах.

Метою Національної програми сприяння розвитку малого підприємництва є:

- створення спеціалізованих фірм, що надаватимуть інформаційні на консультаційні послуги суб'єктам підприємництва. До таких фірм можна віднести рекламні агентства, аудиторські фірми, бухгалтерські фірми, фірми по наданню юридичних послуг та інші;
- створення технопарків, бізнес-інкубаторів, бізнес-центрів, центрів розвитку підприємств малого бізнесу;

- створення центрів перепідготовки та підготовки фахівців, що дозволять спеціалістам різних рівнів опановувати економічні знання та набувати практичних навичок роботи в умовах сучасного ринку;
- створення системи підготовки управлінських кадрів у сфері підприємництва;
- створення системи підготовки державних службовців з основ підприємницької діяльності [1].

Сприяння розвитку інфраструктури підтримки підприємництва, зокрема надання суб'єктам господарювання фінансової, матеріально-технічної, інформаційної, науково-технологічної, консультативної, маркетингової, кадрової та освітньої підтримки є одним із основних питань, що потребує вирішення на державному рівні, яке включено до проекту Закону України «Про Загальнодержавну програму розвитку малого і середнього підприємництва на 2014 – 2024 роки»[3].

Загальнодержавною програмою розвитку малого і середнього підприємництва передбачено формування умов для проведення суб'єктами малого підприємництва діяльності з використання наукоємних, енергозберігаючих та ресурсозберігаючих інноваційних технологій та новітніх ІТ-технологій. Основною метою вище зазначеної програми є активізація побудови інфраструктури підтримки малого підприємництва на загальнодержавному та регіональному рівнях.

Очікуваними наслідками реалізації проекту закону є: розвиток та підвищення конкурентоспроможності малого і середнього підприємництва на вітчизняному і світовому ринку шляхом впровадження інноваційних технологій; поліпшення бізнес-клімату та створення позитивного іміджу для залучення інвестицій; створення робочих місць та зменшення рівня безробіття; активізація фінансово-кредитних та інвестиційних механізмів; насичення товарних ринків високоякісною конкурентоспроможною продукцією; розвиток інфраструктури підтримки малого і середнього підприємництва у регіонах [5].

Згідно з Законом України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» метою державної політики у сфері розвитку малого і середнього підприємництва в Україні є:

1) створення сприятливих умов для розвитку малого і середнього підприємництва;

2) забезпечення розвитку суб'єктів малого і середнього підприємництва з метою формування конкурентного середовища та підвищення рівня їх конкурентоспроможності;

3) стимулювання інвестиційної та інноваційної активності суб'єктів малого і середнього підприємництва;

4) сприяння провадженню суб'єктами малого і середнього підприємництва діяльності щодо просування вироблених ними товарів (робіт, послуг), результатів інтелектуальної діяльності на внутрішній і зовнішній ринки;

5) забезпечення зайнятості населення шляхом підтримки підприємницької ініціативи громадян

Об'єктами інфраструктури, що надаватимуть підтримку та інформаційні послуги суб'єктам малого підприємництва є центри по розвитку підприємництва; фонди, що сприяють кредитуванню суб'єктів підприємництва; інвестиційні фонди, що допомагають залучити інвестиції для малого підприємництва; маркетингові фірми; технопарки; лізингові компанії; агентства з підтримки експорту товарів; науково-дослідні інститути; консультаційні центри та інші організації.

До потенційних споживачів послуг, що надаватимуть об'єкти інфраструктури підтримки малого підприємництва відносяться: малі підприємства, безробітні, що мають намір організувати свій бізнес та фізичні особи підприємці [3].

На державному рівні в Україні реалізацією державної політики щодо розвитку та підтримки малого підприємництва займається Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, спеціально уповноважений орган у сфері розвитку малого і середнього підприємництва, інші центральні органи виконавчої влади, місцеві державні адміністрації, органи місцевого самоврядування.

Отже, держава відіграє важливу роль у розвитку малого підприємництва. Тому основними напрямами державної підтримки та розвитку малого підприємництва повинні бути:

- Фінансово-кредитна підтримка малого бізнесу в умовах обмеженості фінансових ресурсів;
- Ефективне і досконале правове забезпечення ведення бізнесу;
- Організаційно-консультаційне забезпечення, що буде надаватися за рахунок розгалуженої інфраструктури підтримки бізнесу.

Також доцільно використовувати зарубіжний досвід зі створення малих інноваційних підприємств в різних галузях економіки, що призведе до збільшення частки виробництва високотехнологічної продукції та формування в Україні розгалуженої інноваційної інфраструктури.

Список використаних джерел:

1. Закон України про Національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні від 21 грудня 2000 року № 2157-III [Електроний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/2157-14.
2. Купченко І.М. Державне сприяння розвитку інфраструктури підтримки малого підприємництва в Україні// Актуальні проблеми економіки. – 2004. - №4.- С. 89-96.
3. Проект Закону про Загальнодержавну програму розвитку малого і середнього підприємництва на 2014 - 2024 роки від 21 січня 2014 р. № 4003[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_1?pf3511=49543.

Чередніченко Олена
к.т.н., доцент
Шкурат Ірина
студентка
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ КУКУРУДЗИ НА ЗЕРНО В УКРАЇНІ

У нинішніх складних економічних умовах, незважаючи на всі труднощі і військову агресію, агропромисловий комплекс став єдиною галуззю української економіки, яка в минулому році збільшила обсяги виробництва та експорту.

Сталий розвиток агропромислового комплексу та соціально-економічне зростання країни великою мірою залежить від стану зернового господарства, яке займає визначальне місце в його структурі [1].

Найбільш конкурентоспроможною серед зернових культур є кукурудза. Середня врожайність зерна кукурудзи порівняно з іншими зерновими культурами найвища і становить майже 7 т/га. Кукурудза – це чудові корми, промислова сировина та економічно вигідне джерело енергії. [2].

На основі вибіркового обстеження виявлено, що вищий рівень конкурентоспроможності при мінімальному використанні земельних ресурсів виявили господарства, де кукурудза займала перше місце в площах посіву зернових.

За підсумками 2015 року в Україні валовий збір зернових та зернобобових культур у вазі після доробки склав 59,96 млн тонн, що усього на 6% менше рекордного врожаю попереднього року. Середня врожайність дорівняла - 4,1 т/га, що на 0,27 тонни нижче, ніж у попередньому року.

Щодо структури врожаю 2015 року, то найбільшу частку у 44,2% до загального обсягу врожаю 2015 року складає пшениця з обсягом 26,5 млн тонн. Другу за величиною частку у 38,9% складає кукурудза з обсягом 23,22 млн тонн.

У 2014 році було вироблено більше 1 млрд тонн кукурудзи. Значна частина виробництва (більше 35%) припадає на США, на Північну і Південну Америку припадає більше половини світового виробництва, на країни Азії – близько 30% вироблюваної продукції, для Європи частка складає 11%, для Африки – 7%, решта – Австралія.

За 2014 рік загальний обсяг імпорту склав 135 млн тонн. При цьому світовими лідерами з імпорту є Японія, Корея, Мексика, Єгипет, Іспанія.

Обсяги виробництва впливають на формування високого експортного потенціалу. Уже розширюються ринки збуту кукурудзи до ЄС, Азії та Африки. На це зерно завжди буде високий попит на зовнішніх ринках. Країни Азії, Близького Сходу, Африки наразі нарощують її імпорт. Тому це повинна бути українська кукурудза.

Найбільшими експортерами у 2013 році стали США, Бразилія, Аргентина, Україна і Франція. На експорт йде 13,7% світового виробництва зерна. Україна займає близько 10%, експортуючи 17,5 млн тонн. На 2014 рік найбільшими імпортерами українського зерна є Іспанія – 2,5 млн тонн, Єгипет – близько 2 млн тонн, Китай (у який до цього ми не поставляли зерно кукурудзи) – 1,5 млн тонн, Голландія та Південна Корея.

На українському внутрішньому ринку спостерігається така особливість: на початку прибирання кукурудзи зерно знаходиться у більш кондиційному стані – воно має низьку вологість, тому ранньостигле зерно можна швидше відправити на експорт. Далі зерно забирається при більш високій вологості, що призводить до необхідності сушки зерна на елеваторі. Сушка негативно позначається на якості зерна, оскільки є ризик його перегрівання, а це впливає на подальше транспортування і перевалку зерна [3].

Основним імпортером української кукурудзи залишається Китай. За 7 місяців 2015 р. Україна експортувала до цієї країни зернових (переважно кукурудзи) на 578,3 млн доларів США, що більш ніж учетверо більше у порівнянні з аналогічним періодом минулого року.

У 2014 році товарообіг сільгосппродукції між Україною та Китаєм становив 931,9 млн дол., що на 36,6% більше, ніж за 2013 рік. А за 6 місяців 2015 року загальна сума аграрного товарообігу між країнами склала уже 832,4 млн дол., за зростанням на 84,3% [4].

Україна імпортує кукурудзу в основному з США у вигляді насіння для посіву. Нашими головними споживачами є Іспанія, Єгипет, Китай, Голландія, Італія, Південна Корея.

Найближчі наші конкуренти на світовому ринку – США, Бразилія, а якщо говорити про країни-сусідів, то це Румунія, Сербія, Болгарія.

Перспективним ринком є Китай, оскільки країни Африки не можуть конкурувати з ним за ціною, а вартість доставки приблизно однакова. Тому Україні необхідно інтенсивніше працювати над оптимізацією логістичних процесів – прискорювати і спрощувати експортні процедури для підвищення темпів експорту. Також треба працювати над підвищенням якісних характеристик вітчизняної кукурудзи для того, щоб підвищити її конкурентоспроможність на світовій арені [3].

Фактичні обсяги експорту на 10.03.2016 р. складають 27732 тис. тонн, з яких: пшениці – 12057 тис. тонн; кукурудзи – 11536 тис. тонн; ячменю – 3965 тис. тонн та інших зернових – 174 тис. тонн.

Завантажено на судна – 319 тис. тонн.

Таким чином, обсяги експортованих та підготовлених до експорту зернових складають 28051 тис. тонн (пшениці – 12057 тис. тонн, ячменю – 3965 тис. тонн та кукурудзи – 11536 тис. тонн).

Ціни попиту на зернові в даний час коливаються в залежності від регіону: на пшеницю 3-го класу – від 3350 до 4405 грн/т, на фуражну пшеницю 6-го класу – від 3250 до 4295 грн за тонну.

В даний час ціни на продовольчу та фуражну пшеницю складають: на пшеницю 3 класу – 4002 грн/т, на фуражну – 3833 грн/т.

Середні ціни на ячмінь становлять 3709 грн/т, на кукурудзу – 3904 грн/т.

На ринку триває активна торгівля культурами, особливим попитом користуються великі партії кукурудзи експортної якості.

Український ринок має досить внутрішніх чинників, які надають підтримку цінам на кукурудзу, а саме: відновлення девальваційних процесів в країні та прогнози меншого валового збору кукурудзи в поточному році. Тому, нижня межа ціни на кукурудзу збільшилася на 50 грн/т на умовах поставки EXW-елеватор та CPT-порт [5].

Отже, маючи одні з найсприятливіших у світі природних умов для вирощування кукурудзи, Україна за п’ять років змогла вдвічі збільшити валові збори цієї зернової. Такий розвиток насамперед спричинений світовою продовольчою кризою, яка спровокувала попит на цю культуру.

Важливим чинником підвищення конкуре нтоспроможності вітчизняного зерна на внутрішньому та світовому ринках є контроль відповідності сортових і посівних якостей насіння. Важливою умовою забезпечення стабільності ринку зерна має стати розвиток інфраструктури зернового ринку, встановлення зрозумілих та постійних правил гри для суб’єктів господарювання, застосування дієвих механізмів державного регулювання, суть яких полягає в забезпеченні збалансованості кількісних та якісних параметрів попиту і пропозиції на продукцію.

Список використаних джерел

1. Божок М.О. Забезпечення економічної ефективності виробництва зерна на інноваційних засадах //М.О.Божок //Перспективи соціально-економічного розвитку аграрного сектору України: 68-а наук.-практ. студентська конф., 3 грудня 2014 р.: тези доп. – К., 2014. – с. 22-23.

2. Ковальчук І. Критерії підбору гібридів кукурудзи ТОВ "Сингента" для різних умов вирощування / І.Ковальчук // Агробізнес сьогодні. - 2015. - №23. - с. 26-27.

3. Аналітика українського ринку експорту кукурудзи [Електронний ресурс]. - Режим доступу: https://msb.aval.ua/news/?id=24942

4. Україна нарощуватиме експорт до Китаю. – Олексій Павленко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pzcu.gov.ua/ua/press/articles/item/571

5. Інформаційний бюлетень незалежної громадської Експертної ради з питань цінової ситуації на аграрному ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.auu.org.ua/rynky-ta-ciny/novini-rinkiv-1

Чернишова Анастасія
студентка
Заєць Микола
к.е.н., професор
Одеський національний політехнічний університет
м. Одеса
Україна

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Пошук та вихід на зовнішній ринок є непростою задачею та великою відповідальністю для українських підприємств. Політичні та економічні умови, в яких на даному етапі опинилась Україна, потребують пошуку нових зовнішніх ринків збуту. Особливо це стосується тих підприємств, бізнес яких був зорієнтований на потреби російського ринку. Росія та найближчі сусідні країни, що знаходяться під її впливом, фактично перекрили для українських постачальників шлях до своїх ринків.

За даними Держстату, за рік експорт у Росію скоротився більш ніж на 60%, поставки продукції на інші ринки СНД впали майже на 57%. В такій ситуації перед вітчизняними виробниками постає питання про освоєння експорту до країн Євросоюзу, оскільки європейський ринок є одним з найпривабливіших з точки зору купівельного потенціалу. [1,2]

Зараз Україна поставляє до Європи декілька десятків найменувань продукції – від постільної білизни й взуття до промислового обладнання. Проте більшу частину експорту складають метали, добрива та сільськогосподарська продукція. У сукупності ці сфери складають майже 70% від всього експорту до Євросоюзу. В особливому виграшу знаходяться ті підприємства, які ще декілька років тому побачили перспективи щодо торгівлі з Європою. Серед найбільш успішних можна відзначити виробників курятини, добре закріпитися на ринку ЄС вдалося також виробникам меду, соків, борошна та деяких зернових.

Проте успіх у торгівлі українських підприємств з Європою багато в чому залежить від відповідності якості вітчизняної продукції європейським стандартам, а на отримання сертифікатів ЄС українським виробникам доводиться чекати в середньому від двох до п’яти років. Багато вітчизняних підприємств не готові до такої довготривалої процедури, зокрема, через нестачу фінансових ресурсів на модернізацію виробництва, і тому починають шукати альтернативні ринки збуту своєї продукції.

Серед найбільш перспективних напрямків можна відзначити такі регіони, як Ближній Схід, Східна Азія та Північна Африка. За даними Мінагропрому, вже зараз майже 34% всього українського експорту надходить до Азії, а 14% – до Африки. Зокрема, значна частина українського зерна йде до Саудівської Аравії, Єгипту та Китаю, м’яса птиці – до ОАЕ, Іраку, Ємену, Кувейту, борошна – до Північної Кореї, Індонезії, В’єтнаму, Камбоджи, Єгипту, Лівії, Іраку. [1]

Перед тим, як починати освоювати новий зовнішній ринок, підприємству потрібно стабільно функціонувати на національному ринку, успішно конкуруючи з іншими вітчизняними виробниками, адже якщо підприємство виробляє якісний та недорогий товар, то він буде конкурентоздатним як в Україні, так і на зовнішніх ринках. Перш за все, потрібно визначитися з ринком, на який доцільно виходити, та скласти найбільш повне уявлення про нього – це стратегічно найбільш важлива задача для експорту. Надзвичайно важливим для успішного виходу на зовнішній ринок є дослідження конкурентного середовища нового ринку та ретельне вивчення своїх конкурентів, також необхідно проводити маркетингові дослідження та вивчати потенційну цільову аудиторію, смаки та вподобання споживачів. В результаті ці заходи дозволять виробникам зрозуміти, чи буде їх продукція мати необхідні конкурентні переваги , які б відрізняли їх від інших аналогічних товарів на цьому ринку. Також виробник, що планує експортувати свою продукцію за кордон, має усвідомити, що він не отримає моментального прибутку, а навпаки, повинен з нуля побудувати торгові відносини з новим споживачем, що принесе дохід, але в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел

1. Сделано в Украине: почему европейцы не хотят наших товаров [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://ua1.com.ua/rus/publications/sdelano-v-ukraine-pochemu-evropeycy-ne-hotyat-nashih-tovarov-3375.html

2. Выход на европейский рынок – новые возможности для отечественных производителей [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://trademaster.ua/articles/1638

3. «Экспансия» украинских производителей в ЕС [Электронный ресурс].— Режим доступа: http://www.companion.ua/articles/content?id=297066

4. Выход на зарубежные рынки: готовы ли украинские предприниматели к расширению границ [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://finance.bigmir.net/news/65867-Vyhod-na-zarubezhnye-rynki--gotovy-li-ukrainskie-predprinimateli-k-rasshireniju-granic

Чуева Алия
преподаватель
Университет Нархоз
г.Алматы
Республика Казахстан

ТРЕНДЫ КЛАСТЕРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ

Современная мировая экономика зависит от способности нации приумножать качественный человеческий капитал, и внедрять инновации в повседневную жизнь.

Впервые применил термин «экономика знаний» Фриц Махлуп (Fritz Machlup) в своей работе «The Production and Distribution of Knowledge in the United States» (1962), где определил «знание» как товар и попытался измерить величину производства и распределения этого товара в постиндустриальном информационном обществе.

Питер Шиан (Peter Sheehan) в своей работе «The Global Knowledge Economy: Challenges for China's Development» (1999) отмечает, что основные технологические факты, такие как повышение интенсивности знаний экономической деятельности и усиление глобализации экономических отношений, ведущие к глобальной экономике знаний, вытекают из революции в области информационных технологии. Он относит к основным движущим силам глобальной экономики знаний информационно-технологическую революцию, национальное и международное дерегулирование и связь между информационными технологиями и дерегулированием. Опыт многих развитых стран свидетельствует, что успешное развитие экономики знаний, в значительной степени зависит от научно-технического, инновационного и человеческого капитала и от доступа к приобретению знаний и к ресурсам, обеспечивающих достойный уровень жизни.

Анализируя особенности экономики знаний, академик В.Л. Макаров в своем докладе «Экономика знаний: уроки для России» на научной сессий общего собрания РАН (2003), выделил три принципиальные: дискретность знания как продукта; знания доступны всем без исключения; по своей природе это информационный продукт, так как не исчезает, как обычный материальный в результате потребления. Отметив, что экономика знаний это неразделимая триада рынков знаний, услуг и труда, упомянул о необходимости особого типа специалиста как инновационный менеджер.

Существуют различные индикаторы развития экономики знаний, наиболее часто упоминаемые:

- комплексный показатель «Индекс экономики знаний», разработанный Всемирным Банком в 2004 году в рамках специальной программы «Знания для развития»;
- «Оценка готовности страны к установлению экономики, основанной на знаниях», в основе которой предложенная Европейской Экономической Комиссией ООН методика;
- «Индекс развития общества знаний», определяемая по методологии Департамента экономического и социального развития Секретариата ООН.

Кроме того, Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) разработана система классификации высокотехнологичных производств в национальной экономике стран.

Во многих странах институты, охваченные процессом производства нового знания, представлены в виде университетов. В результате изменений, происходящих в структуре экономики знаний мирового сообщества, отмечается такое направление как кластерные исследования.

В странах Западной Европы и Северной Америки, а также в Японии, Южной Корее, Китае и Индии уделяется большое внимание формированию и проведению кластерных научных исследований. Считается, что вовлечение в них магистрантов и докторантов является самым эффективным путем подготовки качественных специалистов. Так как они позволяют одновременно обеспечивать высокое качество теоретического обучения и практической профессиональной подготовки, а главное - оперативно реагировать на динамично меняющиеся потребности общества, научно-инновационной сферы и рынка интеллектуального труда (например, рынок PhD).

В развитых стран кейс-исследования (case study) популярны среди ученых. Последуем им, так в Университе Оксфорд в рамках Южно-азиатского исследовательского кластера (South Asia Research Cluster-SARC) проводятся исследования в странах Южной Азии (Афганистан, Бангладеш, Бутан, Индия, Непал, Мальдивы, Пакистан, Шри-Ланка) через серию разнообразных партнерских образовательных програм как семинары, круглые столы, дебаты, лекции, конференции, стажировок. Изучение данных стран проходит через взор местных ученых, которые лучше знакомы со средой своего обитания. Население данного региона составляет 1/5 мирового и является в планетарном масштабе ключевым в социальном развитий в XXI веке.

В Университете Хьюстон проводятся кластерные исследования в таких областях, как исскуство и развитие личности (Arts and Human Enrichment), биомедицинские науки и инжиниринг (Bio-Med Sciences and Engineering), продвинутое сообщество и образование (Community Advancement and Education), сложные системы и космические исследования (Complex Systems and Space Exploration), энергетика и природные ресурсы (Energy and Natural Resources), наноматериалы (Nano-Materials).

Представленная тематика кластерных исследований на официальном сайте Университета Гарвард удивит многогранностью изучения жизни человека в сложном современном мире: сравнительная социология и социальные изменения (Comparative Sociology and Social Change); преступление и наказание (Crime and Punishment); культура (Culture); экономическая социология и организация (Economic Sociology and Organizations); гендерные отношения и семья (Gender and Family); здоровье и население (Health and Population); неравенство (Inequality); политическая и историческая социология (Political and Historical Sociology); раса, этническая принадлежность и иммиграция (Race, Ethnicity and Immigration).

Таким образом, наблюдаются следующие тренды кластерных исследований:

- изучение человека и его собратьев, его среды обитания и сохранения ее (биология, география, социология, экономика, политология и т.д.), сохранение его здоровья, приумножение и рациональное использование им знаний;
- накопление человеческого капитала и рост его эффективного использования преимущественно в развитых странах;
- возможность обмена и анализа уникальных знаний с помощью различных сетевых сообществ (Internet, Communication networks, Information networks и др.);

- коммерциализация знаний.

В большинстве своем экономика развитых стран и есть экономика знаний, так как их факторами конкурентоспособностного преимущества являются знания и технологии.

Список использованных источников

1. Макаров В.Л. Экономика знаний: уроки для России//Вестник российской академии наук. – 2003. - № 5. – С. 450-456.
2. Sheehan, Peter (1999) The Global Knowledge Economy: Challenges for China's Development. Working Paper. Victoria University, Melbourne, Australia. http://vuir.vu.edu.au/61/
3. University of Oxford www.ox.ac.uk
4. University of Houston www.uh.edu
5. Harvard University www.harvard.edu

Шайхина Альмира
преподаватель
Индустриально-экономический колледж
имени академика Г.С.Сейткасимова
г. Астана
Республика Казахстан

РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Становление малого бизнеса в Республике Казахстан с первых дней экономических реформ является одним из приоритетов экономической политики государства. Предпринимательский класс выступает неотъемлемым атрибутом рыночной экономики, самостоятельным субъектом экономических отношений. Большая часть предпринимателей относится к так называемому среднему классу, который обеспечивает устойчивость не только экономики государства, базирующейся на рыночной системе хозяйствования, но и оказывает влияние на политические процессы в обществе. Сейчас, развитие экономики и вместе с ней развитие малого предпринимательства можно разделить на 4 этапа, каждый из которых имеет свои отличительные особенности.

Первый этап - либерализация цен (1991-1992 гг.). Первые субъекты рыночной экономики - малые предприятия - появились в период либерализации в сфере торговли и услуг, то есть там, где был быстрый оборот денег. Крупные предприятия сразу обзавелись многочисленными малыми предприятиями по сбыту своей продукции, ремонту, обслуживанию основных и вспомогательных производств. Второй этап — жесткая монетарная и реструкционная фискальная политика государства (1993-1995 гг.). На этом этапе для достижения макроэкономической стабилизации в стране упразднялись налоговые льготы, стимулирующие производственную деятельность. Упразднение налоговых льгот, направленных на стимулирование производственной деятельности и развитие малого предпринимательства, в 1994 году имело негативные

последствия. Резко сократилась численность работающих в производственной сфере кооперативов, ТОО и малых предприятий.

Третий этап - бум малой приватизации (1996-1997 гг.). В конце 1996 и в начале 1997 годов в стране произошла некоторая макроэкономическая стабилизация. Для поддержки малого бизнеса был принят Указ президента Республики Казахстан от 6. 03. 1997 г. «О мерах по государственной поддержке и активизации развития малого предпринимательства». Предприятия этих отраслей, лишившись централизованного управления в форме трестов, управлений торговли и общественного питания районного и городского уровня, явились бы основой формирования малого бизнеса в стране. Четвертый этап - период качественного развития экономики республики (1998-2001 гг.), сопровождавшегося ростом промышленного производства, объемов валового внутреннего продукта, стабильным развитием финансово-кредитной сферы республики.

В Послании народу Казахстана «Новый Казахстан в новом мире» Главой государства Н. А. Назарбаевым перед Правительством была поставлена следующая задача: государственные холдинги, играя важную роль в диверсификации экономики, должны вовлекать в этот процесс, стимулировать и поддерживать казахстанский малый и средний бизнес. Казахстан перенимает успешный опыт развитых стран, ведь совершенствование механизмов государственной поддержки малого и среднего бизнеса находится в постоянном центре внимания Правительства страны. По численности работающих, по объему производимых и реализуемых товаров, выполняемых работ и услуг субъекты малого и среднего предпринимательства в отдельных областях играют ведущую роль. Поэтому проблема государственной поддержки малых и средних предприятий в настоящее время является наиболее актуальной.

По результатам опроса для успешного развития малого и среднего бизнеса необходимо:

- изменить правила регистрации, лицензирования, сертификации и т. д. (75,0% респондентов);
- улучшение система налогообложения предпринимателей (62,5%);
- совершенствование финансово-кредитной регуляции (56,3%);
- упрощение отчетности и бухучета (25,0%)
- обеспечение безопасности бизнеса (25,0%)
- улучшение информационного обеспечения граждан, работающих в этой сфере (25%);
- совершенствование лизингового обслуживания заявили (6,3%).

При этом очень важную роль играет кредитная поддержка малого и среднего бизнеса. Не секрет, что практически каждому, кто решил заняться предпринимательской деятельностью, приходится сталкиваться с финансовыми проблемами. Банки дают кредиты только под залог имущества.

Институты развития, оказывающие финансовую поддержку малым и средним предприятиям.

АО «Инвестиционный фонд Казахстана» осуществляет финансовую поддержку путем инвестирования в уставный капитал предприятий, производящих углубленную переработку сырья и материалов, с использованием современных и передовых технологий.

АО «ФРП «Даму» содействует качественному развитию малого и среднего бизнеса, а также микрофинансовых организаций Казахстана в роли интегратора и оператора предоставления финансовых, консалтинговых услуг.

Основная задача АО «Kazyna Capital Management)**)** - финансовая поддержка путем участия в акционерном капитале отечественных и зарубежных инвестиционных фондов и проектных компаний.

АО «Фонд финансовой поддержки сельского хозяйства» осуществляет деятельность по микрокредитованию сельского населения и субъектов малого предпринимательства на селе, развитию финансовой инфраструктуры на селе через поддержку микрокредитных организаций. В современных условиях механизм обеспечения эффективного функционирования малого и среднего бизнеса должен сводиться, прежде всего, к усилению государственной поддержки малого и среднего бизнеса. Для этого, в первую очередь, необходимо:

- формирование концепции, выбор приоритетов и обоснование роли малого бизнеса в экономике;
- разработка государственной политики поддержки и развития малого и среднего бизнеса в экономике;
- совершенствование нормативно-правовой поддержки и развития малого и среднего предпринимательства;
- совершенствование законодательства в сфере инвестиций и формирование благоприятного инвестиционного климата в стране;
- совершенствование налогообложения малых и средних предприятий;

В целях реализации послания Президента Республики Казахстан Н.А. Назарбаева народу Казахстана от 01.02.2010 г. и Стратегического плана развития Казахстана до 2020 года, была разработана комплексная Программа развития предпринимательства «Дорожная карта бизнеса 2020».В Казахстане проводиться серьёзная работа по созданию эффективных инструментов поддержки малого и среднего предпринимательства, уже сегодня она даёт свои результаты, и обязательно станет залогом дальнейшего успешного социально-экономического развития нашей страны.

Список использованных источников:

1. Байтенова А. Т. Развитие малого и среднего бизнеса в республике Казахстан // Чита: Издательство Молодой ученый, 2012.
2. Даирова Р. - Алматы: Экономика 1999-102с. 6. Информационно-аналитический журнал «Малый и средний бизнес Казахстана» №9(09) 2007.
3. Назарбаев Н.А.- Послание Президента Республики Казахстан от 6 марта 2009 года «Через кризис к. обновлению и развитию»

Шаповал Сергій
студент
Македон Галина
асистент
ВП НУБіП України «Ніжинський агротехнічний інститут»
м. Ніжин
Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРНІГІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Останнім часом на Чернігівщині сільський туризм набуває все більшого поширення та є одним з найперспективніших видів діяльності, не пов'язаних з аграрною сферою, яка переживає нелегкі часи. Визнаючи дієвість сільського туризму у вирішенні ряду соціально-економічних проблем села, фахівці Чернігівської обласної державної адміністрації та науковці Національної академії наук України у стратегії розвитку Чернігівської області визначили сільський туризм пріоритетним напрямом розвитку туризму [1].

Розвиток сільського туризму на Чернігівщині розпочався у 2000 р. зі створення у с. Петрушівка Ічнянського р-ну сільськотуристичного комплексу "Соколиний хутір". Нині садиб, які пропонують варіанти відпочинку в сільській місцевості, в області близько сорока. Основні осередки сільського зеленого туризму розташовані у Чернігівському, Коропському та Ічнянському районах. У їхньому розміщенні чітко прослідковується прив'язка до основних річок області: Десни та Снов, поблизу озер, місць концентрації історико-культурних і природних пам'яток, а також до місць туристичного попиту, якими є обласний (і районні центри.

Переважна більшість сільських садиб Чернігівської області надає такі основні послуги: проживання, а також харчування та трансфер. Ціни на основні послуги варіюють залежно від вигод, що має садиба.

Здебільшого усі садиби пропонують розміщення з усіма сучасними зручностями. Є й такі, які не забезпечені сучасними зручностями й повертають туристів назад у XX, а то й у XIX ст. Але й вони знаходять своїх споживачів, що шукають відпочинку від міста й прагнуть сільської екзотики. Особливим попитом користуються осучаснені, стилізовані під старовину оселі.

При організації харчування здебільшого використовується традиційна українська або більш сучасна домашня кухня. Сучасні туристи, що обирають сільський туризм, – люди з різноманітними смаками й уподобаннями. Тому для того щоб виграти конкурентну боротьбу за потенційного споживача на ринку сільськотуристичного попиту Чернігівської області, який, за словами господарів, є ненасиченим, їм доводиться пропонувати ряд додаткових послуг.

Сільський туризм є основною діяльністю майже для усіх господарів-місцевих жителів, не зважаючи на масштаби розвитку справи та її правовий статус. І річ тут не у бажанні самих господарів, а у безробітті, яке є бичем сільської місцевості, а також в особливостях сільськогосподарського

виробництва. Технології останнього застарілі, вимагають великих витрат часу й роблять неможливим якісне поєднання сільського господарства й туризму.

Чому ж сільський туризм не розвивається масово? Річ у тім, що для початку справи потрібен стартовий капітал. Навіть тим господарям, які не планують нічого добудовувати, необхідні гроші на звичайний косметичний ремонт, облаштування садиби, придбання інвентарю для проведення дозвілля або матеріалів для його створення, пристосування кімнат для туристів, придбання витратних матеріалів, продуктів і т.ін. Більшість сільських будинків, звичайно, якщо вони не знаходяться поблизу Чернігова у котеджних містечках, мають низький рівень комфорту і мало підходять для городян, які звикли до сучасних зручностей.

Серед вітчизняних споживачів мало знайдеться тих, хто прагне повного з' єднання з природою та відмови від звичних благ. Зазвичай захоплення викликають будинки, обладнані за євростандартами. Тому навіть ті господарі, які розвиваються за традиційним планом, стараються не відтворити староукраїнське житло, а стилізувати під нього зручні помешкання з усіма сучасними вигодами: телевізорами, Інтернетом, мікрохвильовками, холодильниками та ін. На це потрібні гроші, вже не кажучи про забезпечення будинку водою (пробиття скважини коштує від 5 до 30 тис. грн), газом, що іноді просто неможливо, створення системи водовідведення. Це по кишені лише заможним селянам.

Пенсіонери, селяни похилого віку, непрацююча молодь та інші незахищені верстви населення навряд чи ризикнуть розпочати справу. Вони можуть взяти участь у туристичній діяльності лише як постачальники сільськогосподарської продукції, або як наймані працівники (кухарі, охоронці), при цьому преференція надається більш молодим працівникам. Тож наразі панацеєю від бідності сільський туризм бути не може. Навпаки, замість прибутків він може принести незахищеним верствам населення зменшення доступності житла, продуктів, послуг, а також рекреаційних угідь, ціни на які при масовому розвитку сільського туризму (відпочинку) неминуче зростуть.

Більшість господарів, що розпочали справу, відчувають постійно нестачу грошей на реалізацію всіх ідей, тому гостям часто доводиться перебувати серед гір будівельних матеріалів і сміття, обійстя не облаштовані повною мірою, їм не вистачає комплексного вирішення дизайну. Території під час великі, але організовані безладно.

Як правило, обмеження господарів лише послугами розміщення та харчування не виправдане. Господарям необхідно придумувати й надавати ряд різноманітних додаткових послуг для організації дозвілля. Сільським туризмом мало займаються не лише через нестачу грошей. Необхідні спеціальні знання, комерційний хист, певний рівень освіти, комунікативні навички.

Співробітництво між організаціями, які пропонують курси, практикуми, бізнес-класи, тренінги, та господарями організовуються вкрай складно через те, що такі організації працюють на комерційних засадах. Окрім того, часто курси

викладаються нефахівцями. Подібні заходи громадських організацій та державних установ, що фінансуються з місцевого чи регіонального бюджету в рамках різноманітних програм соціально-економічного розвитку, теж мало дієві з цієї ж причини та часто носять формальний характер. Відчуваючи потребу у знаннях і досвіді, господарі віддають перевагу спілкуванню з колегами, пошуку інформації в Інтернеті.

Через комерційні засади проведення категоризації даний захід теж не користується популярністю у господарів. В області категоризованими є лише 2 садиби. У каталозі Спілки сприяння розвитку сільського туризму в Україні лише 6 садиб.

У Чернігівській області як аграрному регіоні сільський туризм не користується значною популярністю серед місцевого населення, яке ще не втратило зв'язків з селом і надає перевагу відпочинку в інших місцевостях. Тому основними споживачами регіонального сільськотуристичного турпродукту є мешканці Чернігова та Києва. Інші великі міста розташовані далеко і мають свої бази для розвитку сільського туризму.

У зарубіжних туристів Чернігівщина користується попитом через близьке розміщення до Києва та Борисполя. Тим із них, хто подорожує автомобілем і залізницею, є безліч пропозицій у східноєвропейських і прибалтійських країнах, які пропонують кращу інфраструктуру й сполучення, менш суворі візові вимоги та більш помірковані ціни, у західній та центральній Україні. Білоруси та росіяни, що живуть поблизу кордонів області, теж, здебільшого, не втратили зв' язків із селом. Тож господарі скаржаться на нестабільність попиту, малу кількість туристів, простій помешкання. Господарям важко знайти споживача на свої послуги.

Більшість з них місцем розміщення реклами вважають Інтернет. Але інформація на сайтах оновлюється вкрай рідко, тож достовірну інформацію про стан садиби, ціни та послуги знайти важко.

Існують проблеми, з якими господарі просто неспроможні справитися самостійно: погане сполучення, занедбаний стан сільських доріг, немальовничість вимираючого села, відсутність або поганий стан закладів соціальної інфраструктури. Якість питної води на Чернігівщині теж не завжди відповідає нормативам безпеки.

Таким чином, розвиток сільського туризму в Чернігівській області супроводжується рядом проблем, одні з яких мають загальнонаціональний характер, а інші пов' язані зі специфікою географічного положення регіону та його наслідками, а також хронічними депресивними явищами, що десятиліттями впливають на існування сільської місцевості.

Список використаних джерел

1. Зелений туризм в Україні. Сільський туризм в Україні. Пошук садиб... [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://navkolosvitu.com.ua/search/ukraine

2. Кравцов С.С. Світовий досвід державного регулювання сільського зеленого туризму / С.С. Кравцов // Вісник ДІТБ. – 2011. – №15. – С. 59-64.

3. Список усадеб зеленого туризма. Путеводитель по Чернигово-Северщине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: siver.org.ua›

Шарапенда Диана
студентка
Артеменко Светлана
ст. преподаватель
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»
г. Горки
Республика Беларусь

ИССЛЕДОВАНИЕ ЕМКОСТИ РЫНКА МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Актуальность исследования емкости рынка обусловлена тем, что в условиях рыночной экономики необходимо принимать единственно верные управленческие решения, которые в дальнейшем повлияют на жизнеспособность предприятия или производимых им товаров.

Целью исследования является оценка емкости рынка мясной продукции Республики Беларусь. Среди методов, используемых в процессе работы, можно выделить: кабинетный, аналитический, расчетно- конструктивный, анализа и синтеза.

Таблица 1

Динамика емкости рынка мяса и продуктов его переработки, тыс. тонн

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2014 г. к 2010 г.,%
Запасы (на начало года)	56,0	62,5	69,4	62,0	58,1	103,8
Производство	841,7	920,7	971,4	1020,1	1092,5	129,8
Импорт	75,9	41,8	87,9	116,7	157,4	207,7
Ресурсы к распределению	973,6	1025,0	1128,7	1198,8	1308,0	134,4
Потреблено в республике в том числе: личное потребление производственное потребление потери	 727,6 27,9 0,7	 743,7 26,7 0,8	 790,4 22,1 0,9	 832,2 21,6 4,6	 829,7 19,7 1,2	 114,0 70,6 171,4
Экспорт	154,9	184,4	245,3	282,3	382,4	246,9
Запасы (на конец года)	62,5	69,4	62,0	58,1	75,0	120,0
Потребление на душу населения в год, кг	76	78	84	88	88	115,8
Емкость	756,2	771,2	820,5	858,4	850,6	112,9
Сбалансированность рынка	0,9	0,8	0,8	0,8	0,7	77,8

Емкость рынка – возможный объем продаж товаров определенного вида или услуг за определенный период при существующем уровне цен. Емкость рынка - величина не постоянная, ее изменение зависит от множества переменных общего и специфического характера - существующего спроса на товар, степени его эластичности, уровня доходов потенциальных потребителей, их численности, затрат компании- производителя на рекламу, уровня цен и др. Для оценки емкости рынка использовались издания (бюллетени и ежегодные сборники) Национального статистического комитета Республики Беларусь.

Расчет емкости рынка производится по следующей формуле (1):

$$E = P + IM – EX + (Зн.г. – Зк.г.) \quad (1)$$

Где E – емкость рынка;

P – производство продукции;

IM – импорт;

EX – экспорт;

Зн – запасы на начало года;

Зк – запасы на конец года.

Результаты расчета емкости рынка мяса и продуктов его переработки за 2010-2014 г. представлены в таблице 1.

Из таблицы 1 видно, что в 2014 г. емкость рынка мяса и продуктов его переработки по сравнению с 2010 г. увеличилась на 12,9% за счет снижения производства продукции. За исследуемый период экспорт продукции вырос в 2,4 раза, а импорт в 2 раза, т.е. увеличился на 146,9% и 107,7% соответственно.

Одним из наиболее важных факторов, определяющим динамику емкости рынка является уровень цен реализации продукции на рынке. Данные о динамике уровня цен на мясо и продукты его переработки представлены в таблице 2.

Таблица 2

Динамика уровня цен на мясную продукции, руб./кг

Область	2010	2011	2012	2013	2014	2014 г. к 2010 г., %
г. Минск	12467,8	21610,7	42589,4	46585,8	57124,7	458,2
Брестская	11006,7	19431,5	38018,0	42270,7	51545,8	468,3
Витебская	11894,5	19482,9	38736,8	43140,8	49925,3	419,7
Гомельская	11644,2	19424,5	38232,2	42492,7	52061,8	447,1
Гродненская	11546,2	18444,8	35751,0	41142,4	49435,4	428,2
Минская	11633,9	19841,7	37739,1	42234,6	52282,8	449,4
Могилевская	11941,4	20390,1	39055,3	42586,2	53429,6	447,4
Республика Беларусь	11828,7	20079,9	39264,3	43671,8	52991,9	447,9

Таким образом, проанализировав средние цены на мясную продукцию по областям, можно сделать вывод, что самые высокие цены наблюдаются в г. Минске и в 2014 году составили 57124, 7, что в 4,5 раз больше, чем в 2010 году. Объяснить это географическими или климатическими проблемами в рамках такой небольшой страны невозможно. И если говорить о мясе и мясопродуктах, то не исключено, что более высокую цену в Минске диктует именно местный производитель, неохотно пуская на рынок конкурентов из других регионов. Также наиболее высокие цены на мясную продукцию в г. Минске можно объяснить тем, что среднемесячные доходы минчан на 15-25% выше, чем в других областях. Максимальные цены зафиксированы здесь по 11-ти позициям из 29-ти, в т. ч. полукопченые колбасы.

По итогам исследования емкость рынка мяса и продуктов его переработки имеет тенденцию к увеличению, что говорит об увеличении действующих игроков на рынке и увеличении спроса на продукцию мясопереработки. Средние цены на мясо и продукцию его переработки в целом по Республике за 2010-2014 г. увеличились в 3,5 раза.

Список использованных источников

1. Беляевский, И. К. Маркетинговое исследование : информация, анализ, прогноз : учеб. пособие / И. К. Беляевский. – М. : Финансы и статистика.- 2001. №7.–с. 288-289.

2. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс / Ф. Котлер, К. Л. Келлер ; пер. с англ. – 3-е изд. – СПб. : Питер, 2012. – с. 735-739.

Шафранская Ирина
к.э.н., доцент
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»
г. Горки
Беларусь

ОДИН ИЗ ПОДХОДОВ К АНАЛИЗУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Различные результаты хозяйствования, разный уровень использования ресурсов диктует необходимость количественного измерения влияния факторов производства на конечный результат. Для этого целесообразно использовать эконометрическую модель [2, 4, 6] и провести двухэтапную схему корреляционного анализа [3, с. 206].

Большинство исследователей считают, что для построения эконометрической модели целесообразно взять такие основные ресурсы как труд, земля и капитал [6, с. 297]. Эконометрические модели, описывающие формирование выручки от реализации товаров, продукции, работ и услуг сельскохозяйственных организаций Республики Беларусь имеют вид:

2012 г.

$$y_x = 0{,}975\, x_1^{0{,}550}\, x_2^{-0{,}061}\, x_3^{0{,}731},$$

n = 1046, R = 0,916, D = 83,9, F = 1813,9,
t_{a0} = 2,127, t_{a1} = 21,857, t_{a2} = -1,993, t_{a3} = 21,114.

2013 г.

$$y_x = 0{,}006\, x_1^{0{,}503}\, x_2^{-0{,}053}\, x_3^{0{,}766},$$

n = 1079, R = 0,890, D = 79,2, F = 1364,9,
t_{a0} = -18,520, t_{a1} = 19,779, t_{a2} = -1,513, t_{a3} = 20,006.

2014 г.

$$y_x = 0{,}020\, x_1^{1{,}151}\, x_2^{-0{,}246}\, x_3^{0{,}223},$$

n = 960, R = 0,884, D = 78,1, F = 1139,5
t_{a0} = -10,994, t_{a1} = 33,333, t_{a2} = -6,216, t_{a3} = 4,458.

где y_x – выручка от реализации товаров, продукции, работ и услуг, млн. руб.;

x_1 – стоимость совокупного капитала, млн. руб.;

x_2 – площадь сельскохозяйственных угодий, условных га (1 усл. га – 1 га с плодородием 28,9 баллов);

x_3 – затраты труда, тыс. чел.-ч.

Значения характеристик эконометрических моделей [7; 8, с. 106-110] свидетельствуют, что их можно использовать для количественного анализа. Используя полученные эконометрические модели, было произведено вычисление предельных и средних продуктов труда, земли и капитала сельскохозяйственных организаций республики за 2012-2014 гг. Анализ данных табл. показывает, что средний продукт земли имеет максимальную величину, наблюдается снижение уровня среднего продукта труда и стабилизация среднего продукта совокупного капитала.

Таблица

Предельный и средний продукты ресурсов сельскохозяйственных организаций

Показатели	Годы		
	2012	2013	2014
Продукт капитала, руб./руб.			
Средний продукт	0,883	0,872	0,887
Предельный продукт	0,486	0,439	0,521
Средний частичный продукт	0,508	0,426	0,497
Продукт земли, тыс. руб./усл. га			
Средний продукт	1,186	1,199	1,227
Предельный продукт	-0,072	-0,064	-0,302
Средний частичный продукт	-0,076	-0,041	-0,194
Продукт труда, тыс. руб./ чел.-ч.			
Средний продукт	1,674	0,793	0,814
Предельный продукт	1,224	0,607	0,782
Средний частичный продукт	1,280	0,433	0,519

Примечание – таблица составлена по результатам исследования.

Для выяснения причин различной окупаемости ресурсов в сельскохозяйственном производстве на базе использования эконометрической модели по данным информации 2014 г. были построена группировка, группировочным признаком которой явился коэффициент эффективности использования ресурсов, полученный в результате сравнения фактического и расчетного значения результативного показателя эконометрической модели.

Сельскохозяйственные организации 3-ой группы получили в 1,6 раз больше выручки от реализации товаров, продукции, работ и услуг в расчете на 100 га сельхозугодий. Однако ресурсы организаций этой группы выше на 11,8 – 15,3%, за исключением площади сельскохозяйственных угодий, размер которой ниже на 16,7% и фондооснащенности, которая на 9,6% ниже аналогичных показателей организаций первой группы. Производительность труда работников в лучше работающих предприятиях выше на 27,4%. Рост данного показателя сопровождается ростом заработной платы, уровень которой увеличился от 1-ой до 3-ей группы на 20,0%. Следует отметить, что сельскохозяйственное производство в 2014 г. в хозяйствах 3-ей группы приносило прибыль от реализации продукции в размере 216,4 млн. руб./100 га сельскохозяйственных угодий, а в хуже работающих организациях – уровень убытка составил 8,6 млн. руб./100 га сельскохозяйственных угодий.

Для количественной оценки выявленных тенденций формирования показателей по информации выделенных групп за 2013-2014 гг. были построены эконометрические модели в зависимости от изучаемых факторов. Анализ коэффициентов эластичности моделей свидетельствует о возрастающей роли совокупного капитала в формировании выручки от реализации товаров, продукции, работ и услуг лучше работающих сельскохозяйственных организаций. Так влияние совокупного капитала в формировании результативного показателя в этих организациях в 1,5 (в 2014 г.) и в 1,8 раза (в 2013 г.) выше, по сравнению с хуже работающими предприятиями [1, с. 4-14].

Таким образом, усовершенствована методика оценки эффективности использования ресурсов, основанная на построении эконометрических моделей формирования выручки от реализации товаров, продукции, работ и услуг, выделении групп сельскохозяйственных организаций с различным уровнем использования ресурсов, позволяющая аргументировано определить удельный вклад каждого ресурса в формирование конечного результата хозяйствования, произвести расчет средних и предельных продуктов ресурсов, выявить резервы сельскохозяйственного производства на основе оценки окупаемости ресурсов, обосновать причины дифференциации в использовании ресурсов и определить рациональные параметры их окупаемости.

Список использованных источников

1. Анализ работы и обоснование перспективной программы развития сельскохозяйственных организаций на основе эконометрических и оптимизационных моделей: рекомендации / И. В. Шафранская, О.М. Недюхина, И. В. Колеснёв, И. Н. Шафранский. – Горки : БГСХА, 2016. – 101 с.

2. Афанасьев, В.Н. Эконометрика: Учебник / В.Н. Афанасьев, М.М. Юзбашев, Т.И. Гуляева; под ред. В.Н. Афанасьева. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 256 с.

3. Бережная, Е.В. Методы и модели принятия управленческих решений: учеб. пособие / Е.В. Бережная, В.И. Бережной. – М.: ИНФРА-М. 2014. – 384 с.

4. Гладилин, А.В. Эконометрика : учебное пособие / А.В. Гладилин, А.Н. Герасимов, Е.И. Громов. – 2-е изд., стер. – М. : КНОРУС, 2008. – 232 с.

5. Кац, М. Микроэкономика / М.Кац, Х. Роузен; Пер. с англ. И.Пустовалова и др. – Мн.: Новое знание, 2004. – 828 с.

6. Новиков, А.И. Эконометрика: учеб. пособие. – 3-е изд., перераб. и доп. / А.И. Новиков. – М.: ИНФРА-М. 2014. – 272 с.

7. Эконометрика: учеб. / под ред. И. И. Елисеевой. – М.: Проспект, 2010. – 288 с.

8. Шафранская, И. В. Методика экономических исследований. Практикум / И. В. Шафранская., Д.В. Редько – Горки: БГСХА, 2013. – 100 с.

Шафранский Иван
магистр
УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия»
г. Горки
Беларусь

ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КАТЕГОРИИ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ»

В современном мире конкурентоспособность продукции является одним из важнейших понятий. В словаре экономических терминов дается следующее понятие конкурентоспособности: «конкурентоспособность (товаров) - способность товаров отвечать требованиям конкурентного рынка, запросам покупателей в сравнении с другими аналогичными товарами, представленными на рынке. Конкурентоспособность определяется, с одной стороны, качеством товара, его техническим уровнем, потребительскими свойствами и, с другой стороны, ценами, устанавливаемыми продавцами товаров. Кроме того, на конкурентоспособность влияют мода, продажный и послепродажный сервис, реклама, имидж производителя, ситуация на рынке, колебания спроса». [12]

Анализ литературных источников позволил установить, что конкурентоспособность продукции необходимо рассматривать в двойственном аспекте, как с точки зрения производителя, так и с точки зрения потребителя. [5, 8] (табл. 1).

Таблица 1

Анализ определений конкурентоспособности продукции

Определение	Автор, источник	Замечания, недостатки
Удовлетворение потребностей потребителей		
Конкурентоспособность товара – это степень реального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными товарами, представленными на данном рынке.	[9]	Не рассматриваются потенциальные потребности, не рассматривается динамичность конкурентоспособности, не раскрыта индивидуальность конкурентоспособности.

Конкурентоспособность товара – это многоаспектное понятие, означающее соответствие товара условиям рынка, конкретным требованиям потребителей не только по своим качественным, экономическим, техническим, эстетическим, эргономическим характеристикам, но и по коммерческим и иным условиям его реализации	А. М. Илышев, Н. Н, Илышева, Т.С. Селевич [1, с.91]	Не рассматриваются потенциальные потребности, не рассматривается динамичность конкурентоспособности, не рассматривается свойство сопоставимости (необходимость сравнения с аналогами)
Конкурентоспособность – это превосходство товара на целевом рынке над конкурирующими аналогами по степени удовлетворения потребностей, в том числе и по суммарным затратам потребителя на приобретение и пользование товаром.	Маслов Т.Д., Божук С.Г., Ковалик Л.Н. [7, с. 285]	Не рассматриваются потенциальные потребности, не рассматривается динамичность конкурентоспособности. Не раскрыта индивидуальность конкурентоспособности.
Конкурентоспособность – это свойство объекта, характеризующегося степенью реального или потенциального удовлетворения им конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке.	[10, 11]	Не рассматривается динамичность конкурентоспособности.
Под конкурентоспособностью товара признается совокупность его качественных и стоимостных характеристик, которая обеспечивает удовлетворение конкретной потребности покупателя и выгодно для покупателя отличается от аналогичных товаров-конкурентов.	[2]	Не рассматриваются потенциальные потребности, не рассматривается динамичность, не раскрыто свойство относительности (отсутствие связи с конкретным рынком)
Конкурентоспособность – характеристика товара, отражающая его отличие от товара-конкурента как по степени соответствия конкретной общественной потребности, так и по затратам на её удовлетворение.	В.А. Зайцев [6]	Не рассматриваются потенциальные потребности, не рассматривается динамичность, не раскрыто свойство относительности.
Удовлетворение потребностей потребителей и производителей		
Конкурентоспособность товара – это комплексное понятие, включающее наличие таких качественных и стоимостных характеристик, которые обеспечили бы удовлетворение интересов двух субъектов рынка – потребителя (товар высокого качества по приемлемой цене) и производителя (эффективная производственно-сбытовая деятельность)	Е. Кремень [3, с. 24]	Не рассматриваются потенциальные и реальные потребности, не рассматривается динамичность, не раскрыто свойство относительности.
Конкурентоспособность продукции – способность товаров, работ, услуг удовлетворять покупательскую способность населения и обеспечивать коммерческий успех субъектам хозяйствования в нужное время, в нужном месте и в сложившейся экономической ситуации	Т. Ленская [4, с. 27]	Не рассматриваются потенциальные и реальные потребности, не раскрыто свойство относительности.

Примечание – Составлено автором на основе собственных исследований.

Таким образом, проведенное нами исследование позволило уточнить трактовку такого понятия как конкурентоспособность. На наш взгляд, конкурентоспособность продукции – это сложное многоаспектное понятие, отражающее реальное или потенциальное превосходство продукции над товарами-конкурентами в способности удовлетворять конкретные потребности всех субъектов рыночных отношений на данном рынке в данный момент времени. По сравнению с аналогичными определениями других авторов, данная трактовка позволяет точнее отразить сущность конкурентоспособности продукции. Указывает на многофакторность и многоаспектность конкурентоспособности продукции. Доказывает необходимость рассмотрения не только реальной конкурентоспособности продукции, но и потенциальной.

Список использованных источников

1. Илышев, А.М. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России./ А. М. Илышев, Н. Н. Илышева, Т. С. Селевич. – М.: Финансы и статистика, Инфра-М, 2010 – 488 с.

2. Качество и конкурентоспособность продукции: сущность, значение, показатели и методы определения. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://tutata.ru/274. – Дата доступа: 17.01.2016.

3. Кремень, Е. Научный взгляд на сущность конкурентоспособности / Е. Кремень // Агроэкономика. – 2005. – № 11. – С. 24–25.

4. Ленская, Т. Сущность и определяющие факторы конкурентоспособности АПК / Т. Ленская // Аграрная экономика. – 2006. – № 5. – С. 24–30.

5. Лобанов, М. М. Основные принципы оценки конкурентоспособности продукции / М. М. Лобанов, Ю. М. Осипов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2001. – № 6. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://uran.donetsk.ua /~masters/2009/fem/makovska/library/article1.htm. – Дата доступа: 22.01.2016.

6. Маркетинг: учебное пособие для студентов заочной (дистанционной) формы обучения / под ред. В.А. Зайцева – М.: ГИНФО, 2001. – 183 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://finance-credit.news/osnovyi-marketinga/konkurentosposobnost7872.html. – Дата доступа: 16.01.2016.

7. Маслова, Т.Д. Маркетинг : учебник для ВУЗов. 3-е изд., доп. и перераб. / Т. Д. Маслова, С. Г. Божук, Л. Н. Ковалик – СПб.: Питер, 2009. – 380 с.

8. Продукция предприятия, ее конкурентоспособность // Финансы, экономика и управление. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://psyera.ru/7060/produkciya-predpriyatiya-ee-konkurentosposobnost. – Дата доступа: 14.01.2016.

9. Сущность и значение конкурентоспособности в современных условиях развития экономики // Централизованная экономика. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.econcenters.ru/nocens-227-1.html. – Дата доступа: 19.01.2016.

10. Фатхутдинов, Р. А. Управление конкурентоспособностью: учебник. – 2-е изд., испр. и доп. / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ЭКСМОС, 2007. – 286 с.

11. Философова, Т. Г. Конкуренция и конкурентоспособность: учеб. пособие для студентов вызов, обучающихся по направлениям «Менеджмент»

(080500), «Экономика» (080100) / Т.Г.Философова, В.А.Быков; под ред. Т.Г. Философовой. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 271 с.

12. Экономический словарь. // Экономика. Толковый словарь / Дж. Блэк. Общая редакция: д.э.н. И.М. Осадчая – М.: "ИНФРА-М", Издательство "Весь Мир", 2000. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/18179. – Дата доступа: 01.02.2016.

Шелест Марина
студентка
Дубойская Виктория
ассистент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Жизнь, как утверждали ещё мыслители древности, есть движение. И, подобно живой природе, экономическая жизнь общества также находится в постоянном движении, которое проявляется во множестве постепенных количественных и качественных изменений. Эти изменения касаются не только производительных сил и отношений, но и растущей продуктивности труда, способности его создавать все большее количество благ, полезных обществу и человеку. Экономический рост и означает поступательное движение экономики, ее прогресс и развитие.

Под экономическим ростом понимают положительное изменение совокупного уровня выпуска производственной продукции (в масштабах страны) в течение продолжительного времени. Его необходимость определяется увеличением численности населения и стремлением национальной экономики к активному участию в мировом хозяйстве [1, с 3].

Свое выражение экономический рост находит в возрастании экономической мощи нации, страны, региона. Это увеличение можно измерить двумя взаимосвязанными показателями: ростом за определенный период времени реального внутреннего валового продукта или ростом ВВП на душу населения.

Реальный ВВП - выраженная в ценах базового года стоимость конечных товаров и услуг, произведенных в стране за год. ВВП на душу населения это ВВП, поделенный на количество населения в стране.

Номинальный размер созданного за 2015-й год ВВП - Br869,7 трлн. В долларовом эквиваленте это $54,89 млрд (как сумма $-эквивалентов месячных ВВП по средневзвешенному курсу по данным Национального Банка), что ниже уровня не только прошлого и позапрошлого, но 2012-го и даже 2008-го годов.

Чему виной, главным образом, декабрьская и августовская девальвации, в реальное падение ВВП здесь имеет меньшее значение. Примечательно, что ВВП 2015-го равен в $-эквиваленте ВВП 2010-го [2].

Осенью 2015 года Международный валютный фонд (МВФ) распространил прогноз, в соответствии с которым в 2016 году ВВП Беларуси снизится на 2,2%. Эксперты Всемирного банка, констатируя нахождение экономики страны в самой сильной за последние 20 лет рецессии, прогнозировали снижение ВВП по крайней мере на 0,5%.

Осенний прогноз Европейского банка реконструкции и развития предрекал в 2016 году снижение ВВП Беларуси на 1%. Аналитики Евразийского банка развития в декабрьском отчете говорят о близком к нулевому росте ВВП республики в 2016 году и дают усредненный прогноз национальных и международных институтов на уровне минус 1%.

Низкие темпы экономического роста в Беларуси в минувшем году эксперты объясняют ситуацией в России, ВВП которой в результате действия западных санкций и падающих мировых цен на нефть стал снижаться.

При этом экономисты Исследовательского центра ИПМ полагают, что ситуация в экономике России будет во многом определять развитие белорусской экономики.

Официальный прогноз на 2016 год предрекает возобновление экономического роста в стране по итогам первого полугодия. В соответствии с планами правительства, если в первом квартале ВВП Беларуси снизится на 1,1% к уровню аналогичного периода 2015 года, то уже по итогам шести месяцев вырастет на 0,1%, а по итогам девяти месяцев — на 0,2%, по итогам года — на 0,3%. По мнению экспертов, "дальнейшее ухудшение внешней среды, новые шоки на внутреннем рынке и отсутствие доступа к финансированию" могут поставить под сомнение возможность достижения даже скромных темпов экономического роста.

Один из ключевых вопросов, актуальных сегодня и для органов госуправлення, и для научно-исследовательских экономических центров - обеспечение сбалансированного роста белорусской экономики в 2016 г. [3, с 4]. Именно в нем сосредоточены все составляющие прикладной экономической науки и политики. Закономерен интерес к тому за счет каких факторов будет достигаться рост [4, с 11].

Ключевые новации в этой сфере следующе:

- финансирование инфраструктурных проектов за счет кредитов Банка развития. Капитализация данного банка из средств правительства позволит с использованием финансового рынка расширить кредитование инфраструктуры;
- развитие государственно-частного партнерства. Ключевая задача государства – создать правильные рамочные условия для эффективной реализации проектов ГЧП, и сформированный Межведомственный инфраструктурный совет - адекватный инструмент для организации этой работы [5,6].

При выборе и реализации сценарных условий социально-экономического развития страны на краткосрочную перспективу приоритет должен быть отдан прежде всего обеспечению сбалансированности и закреплению достигнутых положительных тенденций по сокращению дисбалансов и перекосов в экономическом развитии страны с учетом складывающейся внешнеэкономической ситуации. В связи с этим среди важнейших направлений внутренней макроэкономической политики на краткосрочную перспективу следует отметить:

- дальнейшую ликвидацию возникших в экономике проблем, порожденных валютной и макроэкономической дестабилизацией, а также установление адекватных параметров социально-экономического развития страны с учетом реальных ресурсных возможностей белорусской экономики;
- продолжение начатых макро-корректировок или перебалансировок и запуск более эффективных механизмов бюджетного финансирования и банковского кредитования госпрограмм, инфраструктурных проектов, господдержки отдельных отраслей и секторов национальной экономики;
- активизацию структурных преобразований.

Наряду с задействованием более эффективных механизмов и инструментов финансирования, кредитования и инвестирования, важнейшее значение имеет использование стимулирующих мер, обеспечивающих благоприятные условия и создающих преимущества для развития эффективно функционирующих организаций.

По словам Владимира Зиновского, главы Минэкономики, «внешняя экономическая обстановка в 2015 году оказалась неблагоприятной для белорусской экономики, поэтому существует два направления для роста ВВП страны. Первый из них – экспортный, он заключается в увеличении продаж на внешние рынки. Второй – кредитный, подразумевающий снижение процентных ставок и рост кредитных предложений» [7].

Таким образом, хотя базовый сценарий на 2016 год является более реалистичным, чем несбывшийся прогноз на 2015 год, основные риски невыполнения главных макроэкономических показателей остаются прежними и вновь связаны с действием внешних факторов, на которые Беларусь не может оказать влияние.

Список использованных источников:

1. Комков, В. Проблемы экономического роста в Республике Беларусь/ В. Комков//Банковский вестник. - 2013. - №16 (597). – С. 3-8.

2. ВВП в Беларуси в 2015 году [Электронный ресурс] - Режим доступа: http://bdg.by/ - Дата доступа: 18.03.2016 г.

3. Шимов, В.Н. Развитие экономики Беларуси: состояние, проблемы, абрис перспективной трансформации / В.Н. Шимов // Белорус. эконом. журнал. – 2014. –№2. – С. 4-15.

4. Заборовский, А. М. Новые инструменты экономической политики для сбалансированного роста белорусской экономики / А. М. Заборовский //

Экономический бюллетень научно-исследовательского экономического института Министерства экономики Республики Беларусь. – 2014. – № 12. – С. 11-15.

5. О Межведомственном инфраструктурном координационном совете: пост. Совета Министров Респ. Беларусь, 27 мая 2014 г., №508 в ред. от 17.09.2015 №775 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2016. – 5/38933.

6. Дайнеко, А.Е. Задача государства – создать правильные рамочные условия / А.Е. Дайнеко // Мир перемен. – 2014. – №1. – С. 34-38.

7. Как в Беларуси будут восстанавливать экономический рост? [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://naviny.by/ - Дата доступа: 21.03.2016.

Шорохова Аліна
аспірантка
Національний університет біоресурсів і природокористування України
м. Київ
Україна

ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Процес використання земельного потенціалу в аграрному секторі економіки України характеризується відсутністю ефективної системи землекористування. Недосконалі техніка і технологія обробітку землі, недотримання науково обґрунтованих норм ведення землеробства і внесення недостатньої кількості органічних добрив, низький науково-технічний рівень проектування, будівництва та експлуатації меліоративних систем, недосконала система використання і внесення мінеральних добрив та невиконання природоохоронних, комплексно-меліоративних, протиерозійних заходів – ці та ряд інших причин призвели до зниження ефективності використання земельного потенціалу сільськогосподарських підприємств [2]. Подальший розвиток сільського господарства неможливий без розв’язання проблем, пов’язаних з підвищенням ефективності використання земельного потенціалу аграріїв, для яких земля є головним виробничим ресурсом.

Ефективне використання земельного потенціалу має винятково важливе значення для сталого розвитку аграрного сектора України. Цьому має бути підпорядковане реформування земельних відносин, на основі якого здійснено перехід до різних форм власності на землю, запроваджено платне землекористування тощо. Проте в державі поки що не вирішено проблему забезпечення раціонального та екологобезпечного використання земельного потенціалу. Рівень використання земель в Україні нині настільки критичний, що подальша деградація потенціалу земельних ресурсів у сільському господарстві може мати катастрофічні наслідки, котрі відповідним чином,

безперечно, позначаться на загальному рівні продовольчої безпеки країни, здоров'ї нації, тощо [1].

Варто відзначити, що трансформація національної економіки до ринкових умов зумовила відповідні зміни у земельних відносинах, що знайшли своє втілення у приватизації земель, зміні форм власності на землю, формуванні відповідальності господарюючих суб'єктів за раціональне її використання й охорону [3]. Подальший розвиток та удосконалення земельних відносин у сільському господарстві полягає в реалізації державної політики, спрямованої на високотехнологічне й екологобезпечне землекористування, що відповідає характеру врегульованої, соціально орієнтованої ринкової економіки.

У сільському господарстві земля є не лише матеріальною умовою його функціонування, а й активним чинником виробництва. При цьому, результати виробництва залежать безпосередньо від родючості ґрунтів, фізико-хімічних і біологічних процесів, що відбуваються в ґрунті. Землю необхідно вважати найважливішою продуктивною силою, без якої неможливий процес сільськогосподарського виробництва. Вона є предметом праці та створює умови для вирощування сільськогосподарських культур. З іншого боку, вирощуючи сільськогосподарські культури, людина використовує механічні, фізичні, хімічні та біологічні властивості ґрунту для досягнення практичної мети – отримання врожаю [4]. У цьому випадку земля стає знаряддям праці. Об'єднуючи у собі ознаки предмета і знаряддя праці, земля, таким чином, стає особливим, специфічним засобом сільськогосподарського виробництва, його основним виробничим ресурсом.

Ефективність використання земельного потенціалу у визначальній мірі залежить від рівня дохідності аграрних підприємств, але їхні фінансові інтереси не повинні призводити до погіршення властивостей земельних ресурсів як головного засобу виробництва у сільському господарстві. Зокрема, усі землі України потребують дбайливого використання і охорони. Особливо це стосується ґрунтів – одного з найважливіших природних ресурсів держави, національного багатства українського народу. Більш як 65% ґрунтового покриву України припадає на чорноземи. Непродумане господарське використання ґрунтів може призвести до негативних наслідків [6]. В Україні залишається актуальною проблема раціонального використання земельних ресурсів, так як значно погіршується їх якісний стан. Це пов'язано з неправильним веденням сільського господарства деяких сільськогосподарських підприємств, що піклуються більше про отримання прибутку, ніж збереження родючості ґрунту. В результаті такої безгосподарної діяльності, ґрунт сильно виснажується, сильніше підпадає ерозійним процесам. Від якісного стану земельних ресурсів залежить врожайність і якість сільськогосподарських культур.

Ефективне використання земельних ресурсів неможливо без достовірної інформації про якісний стан ґрунтів, рівня їх забруднення. Тому необхідно вирішити,

які будуть визначені основні напрями підвищення ефективності використання земельних ресурсів, який оптимальний варіант структури посівних площ, системи обробітку ґрунту, системи живлення і захисту рослин. При розробці систем удобрення важливо визначити оптимальні норми і співвідношення поживних елементів для сільськогосподарських культур. Як відомо, клімат впливає на умови сільськогосподарського виробництва, тому потрібно враховувати зміни метеоумов при вирощуванні сільськогосподарських культур [7].

Сьогодні, на жаль, відзначається той факт, що ефективність використання земельного потенціалу в Україні далека від оптимальної. Багатьма українськими аграріями ігноруються основні агротехнічні заходи за технологічними картами вирощування сільськогосподарських культур. Спостерігається порушення структури посівних площ, в сівозміні змінюється науково обґрунтоване чергування культур. Окремо необхідне відзначити, що відтворення родючості ґрунтів не буде відбуватися, якщо немає агрохімічного обстеження полів на вміст рухомих форм мікроелементів, вмісту гумусу, pH ґрунту тощо, яке необхідне для складання систем [5].

Слід відмітити, що нераціональне використання земельних угідь, недосконала техніка та технологія обробітку землі та виробництва сільськогосподарської продукції, недотримання науково обґрунтованих систем землеробства, недотримання сівозмін, внесення недостатньої кількості органічних добрив, невиконання природоохоронних, меліоративних, протиерозійних та інших заходів призвели до деградації земель, втрати ґрунтової родючості. Зокрема, результати досліджень свідчать, що економічна ефективність використання землі в аграрних підприємствах пролягає через урожайність, продуктивність праці і прибутковість використаної одиниці площі. Однак збільшення матеріально-грошових і трудових витрат на одиницю земельної площі не завжди забезпечує адекватне підвищення рівня ефективності виробництва. Досліджувані фактори не лише сприяють підвищенню урожайності культур, але й зумовлюють збільшення рівня витрат виробництва на одиницю продукції, хоча загалом одиниця земельної площі дає найбільший прибуток у тих підприємствах, які характеризуються найвищими показниками інтенсивності матеріальних вкладень.

Список використаних джерел

1. Богіра М.С. Землевпорядкування в ринкових умовах: еколого-економічний аспект : монографія / М.С. Богіра. – Львів : Новий світ-2000, 2008. – 225 с.

2. Величко О.В. Стратегічні пріоритети ефективного використання земельного потенціалу сільськогосподарських підприємств / О.В. Величко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2013. – №2 (141). – С. 107-110.

3. Єрмаков О.Ю. Розвиток орендних земельних відносин сільськогосподарських підприємств: [Монографія] / О.Ю. Єрмаков, Л.В. Богач. – К., 2013. – 224 с.

4. Нечипоренко О.М. Соціально-економічні засади використання земель в сільському господарстві / О.М. Нечипоренко // Науковий Вісник НУБіП України. – 2009. – №1. – С.239-244.

5. Рябоконь В.П. Використання земельних ресурсів господарств населення в кооперативних умовах / В.П. Рябоконь // Економіка АПК. – 2009. - № 3. – С. 82-87.

6. Третяк А.М. Земельні ресурси України та їх використання / А.М. Третяк, Д.І. Бабміндра. – К.: ТОВ «ЦЗРУ», 2003. – 143 с.

7. Хвесик М.А. Економіко-правове регулювання природокористування: Монографія / М.А. Хвесик, Л.М. Горбач, Ю.П. Кулаковський. – К.: Кондор, 2009. – 524 с.

Шульган Наталья
студентка
Копытовских Александр
к.т.н., доцент
Полесский государственный университет
г. Пинск
Республика Беларусь

МАРКЕТИНГ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ

Маркетинг нужен не только компаниям. В повседневной жизни знание основ маркетинга поможет быстрее добиваться своих целей. К сожалению, основы маркетинга не преподаются в начальной и средней школе, а ведь знание основных его принципов может облегчит жизнь каждому человеку, указать на способы и методы решения элементарных бытовых проблем [1].

Многие думают, что маркетинг - это что-то связанное с торговлей, с продажами и бизнесом. На самом деле, это не совсем так. Маркетинг в повседневной жизни встречается на много чаще чем мы думаем: когда идем устраиваться на работу, знакомимся и общаемся с людьми, ходим по магазинам и т.д. К примеру, вы устраиваетесь на работу. Собираясь на собеседование, вы подготавливаете свое резюме, одеваете красивую одежду. Вы делаете все, чтобы понравится своему потенциальному работодателю.

С точки зрения маркетинга, вы делаете действия для того что бы продать себя как товар на кадровом рынке. То что вы пишете резюме – это вы собираете о себе важную информацию о своих «технических характеристиках», чтобы работодатель понял, на сколько вы хороший продукт и какие функции вы умеете делать. А то что вы усердно работаете над своим внешнем видом – это на языке маркетинга, вы делаете качественную «упаковку» себя, как товара. Важно уделять внимание как технической стороне, так и дизайну. Так же при знакомстве с девушкой или с парнем. Вы делаете все, чтобы казаться лучше, чем есть на самом деле, особенно на первых свиданиях, т.к. важно создать именно

первое впечатление. Именно при первых свиданиях парни -преуспевающие бизнесмены, которые ведут активный образ жизни, а девушки – любящие ходить по театрам, читающие множество различной литературы и имеющие кучу поклонников. Именно в первые этапы отношений влюбленные люди пытаются себя продать подороже, что бы получить определенные с этого выгоды. Иногда это чисто духовные мотивы – получить расположение понравившегося человека, и иногда это и меркантильные интересы.

Можно сильно заморачиваться и пытаться устроится на определенную работу или пытаться завоевать сердце определенного человека, используя различные ухищренные методы. А можно делать большое количество попыток к разным объектам применяя небольшое количество усилий. И при большом траффике (количестве объектов) , конверсия (результат) может быть на много лучше, чем если пытаться работать только с одним объектом. Другими словами, проще делать больше разных попыток устроится на работу или попыток познакомиться, чем применять много усилий, порой безуспешных, к одному объекту.

А при хорошем трафике, если у ваши «технические характеристики» и «упаковка» будут хорошими, добиться своих целей будет довольно легко. Вы, кстати, замечали что люди работающие в сфере продаж более удачливые и коммуникабельные в реальной жизни, чем например бухгалтера или работники библиотек? И это не спроста. Потому что, люди понимающие даже интуитивно принципы маркетинга успешно применяют его в жизни, сами того не зная порой.

Список использованных источников

1. Маркетинг в быту: избавляемся от ненужных вещей с прибылью [Электронный ресурс] // experto24.ru : Ваш личный консультант [Б. м.], 2016. URL: http://www.experto24.ru/bisnes-i-upravlenie/marketing/marketing-v-bytu-izbavljaemsja-ot-nenuzhnykh-veshchei-s-pribylju.html (дата обращения: 14.03.2016).

Шутова Светлана
ст. преподаватель
УО Белорусская государственная сельскохозяйственная академия
г. Горки
Республика Беларусь

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕХАНИЗМ СОТРУДНИЧЕСТВА В ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПЛАТФОРМАХ

Первыми в качестве эффективного инструментария организации современного научно-технологического и инновационного процесса были предложены кластеры как одна из форм гибкой межведомственной и междисциплинарной кооперации по сетевому принципу. Одной из важных целей

создания технологических платформ является разработка перспективных для коммерциализации результатов научной деятельности наукоемких технологий высших технологических укладов. Сам этот инструмент развития сотрудничества и согласования интересов основных участников платформ позиционируется не как финансовый, а как коммуникационный (между властью, наукой и бизнесом). Так, проект документа Совета Министров и Национальной академии наук «Беларусь-2020: наука и экономика. Концепция комплексного прогноза научно- технического прогресса и приоритетных направлений научно-технической деятельности в Республике Беларусь на период до 2020 года», подготовленный в начале 2014 г., трактует технологические платформы как один из важных механизмов координации усилий бизнеса, науки и государства по инновационному развитию, в рамках которого они вырабатывают общее видение будущего технологического развития соответствующей отрасли, формируют и реализуют необходимую программу действий. Здесь технологическая платформа представляет собой «коммуникационный инструмент, направленный на создание перспективных технологий, новых продуктов (услуг), привлечение дополнительных ресурсов для проведения исследований и разработок на основе участия всех заинтересованных сторон, а также на совершенствование нормативной правовой базы в области научно-технологического и инновационного развития». Такой подход является почти копией европейского и российского аналогов. Более того, имеет место и ориентация ряда оформляющихся белорусских технологических платформ на привязку к соответствующим российским («Биоиндустрия и биоресурсы - БиоТех-2030», «Медицина будущего», «Инновационные лазерные, оптические и оптоэлектронные технологии - фотоника» и некоторые другие техплатформы, перечень которых утвержден решениями Правительственной комиссии Российской Федерации по высоким технологиям и инновациям в 2011-2012 гг.). В настоящее время в России обозначилась деятельность 32 подобных коммуникационных площадок.

Стандартный алгоритм формирования и работы технологических платформ состоит, как показывает европейский опыт, из трех основных этапов. На первом определяются стратегические приоритеты научно-технологического развития, которые фактически задают тематику платформ; на втором создаются «дорожные карты»; на третьем происходит реализация проектов, в том числе научных исследований и разработок, которые финансируются из различных источников. Последние, в зависимости от состава участников, могут быть ориентированы на развитие различных партнерских связей. Выделяют три типа таких связей: между научными учреждениями и университетами; между научными учреждениями, вузами и промышленными компаниями; между разными промышленными компаниями. Следует отметить, что для кластерного развития хозяйствующих субъектов необходимо наличие всех трех видов партнерских отношений: между производителями, поставщиками,

потребителями, а также поддерживающими и обслуживающими их организациями - научными учреждениями, вузами, финансовыми институтами, венчурными компаниями.

В 2010 г. в Германии была создана Национальная технологическая платформа электромобилей, в которой объединены усилия представителей промышленности, науки и государства. Исследовательские направления включают, прежде всего, изучение аккумуляторов, приводных механизмов и использования информационно-коммуникационных технологий. Созданы показательные регионы, в которых должна быть использована новая техника. Для этого разрабатываются механизмы стимулирования спроса на данную продукцию. Массовое производство запланировано начать в 2020 г. Одна из основных задач техплатформ - координация исследований, осуществляемых на доконкурентной стадии, в том числе в рамках формируемой системы технологического прогнозирования, в которую входит: выявление пакетов технологий, в том числе ключевых производственных технологий, которые могут обеспечить устойчивую конкурентоспособность секторов отечественной экономики на мировом рынке; определение тематических областей исследований, фундаментальных и прикладных проблем, решение которых необходимо для формирования соответствующих пакетов технологий; оценка необходимого ресурсного обеспечения для проведения исследований, а также требований к компетенции кадров и инфраструктурным решениям. Данный инструмент стимулирования связей весьма актуален и для Беларуси, которая, как показывают международные сопоставления, заметно отстает именно по параметрам, характеризующим взаимосвязи, и в первую очередь между наукой и бизнесом. По данным Института Всемирного банка, сегодня по способности генерировать, воспринимать и распространять научные знания Беларусь среди 146 государств занимает 45-е место, опережая все страны СНГ, кроме России. А по наличию условий для использования научных знаний для экономического развития («Индекс экономики знаний») - 59-ю позицию, уступая среди стран Содружества России и Украине.

В нашей стране еще нет ряда условий, важных для формирования научно-инновационных кластеров. Отсутствуют, например, развитая научно-производственная кооперация, разнообразие финансовых ресурсов, мощные сети обмена информацией, современные технологии образования кластеров. На наличие этих, а также других проблем обращается внимание и в Концепции формирования и развития инновационно-промышленных кластеров республики. В ней отмечается низкий уровень конкуренции, высокая степень концентрации и монополизации производства, недостаточное развитие малого и среднего предпринимательства, незаинтересованность республиканских органов государственного управления и отраслевых концернов в формировании кластеров на базе подчиненных им организаций. Хотя взаимосвязь технологических платформ и научно-инновационных кластеров не является очевидной, однако за рубежом уже есть специальные исследования,

позволяющие ее оценивать. В большинстве случаев первые рассматриваются аналитиками как один из возможных инструментов развития кластеров и механизмов межкластерного взаимодействия, поскольку они не привязаны к конкретной территории и могут разрабатывать научно-технологические направления, которые важны для разных кластеров. Причем техплатформы способны играть роль, как коммуникатора, так и коллективного эксперта, и даже участника различного рода кластерных реформ. Вместе с тем в концепциях кластерных программ они пока что еще редко рассматриваются в качестве эффективного инструмента. С другой стороны, кластеры, поскольку в них формируются более тесные связи между участниками, также имеют потенциал для помощи техплатформам в решении некоторых коммуникационных проблем. Вследствие полученного кластерного опыта бизнес лучше понимает преимущества коммуникаций и согласования действий, что, в свою очередь, может оказать положительное влияние на качество его работы в техплатформах. Можно найти и элементы органической сочетаемости отдельных кластеров и техплатформ, особенно в случаях, когда меры по их государственной поддержке включают проведение сетевых мероприятий.

Основываясь на обобщении зарубежного опыта и учитывая особенности национального развития кластеров и технологических платформ, можно попытаться определить векторы их взаимодействия, способные в будущем поддержать синергию этих сетевых инструментов. Продуктивным, по мнению некоторых аналитиков, может быть выступление техплатформ в качестве своеобразных «коллективных экспертов», выявляющих для кластеров перспективные направления научных исследований и разработок. Они могут провести целевой научно-технологический аудит в рамках специализации кластеров для выявления «прорывных» проектов, у которых есть потенциал для вывода на международный уровень конкурентоспособности новых кластерных продуктов и услуг. Возможно, что в нашей стране в будущем будет иметь смысл разработать типовой регламент взаимного использования экспертного потенциала кластеров и технологических платформ.

Механизмы государственного стимулирования в отношении инновационно-ориентированных сетевых структур более эффективно работают при наличии конкуренции, а в условиях еще не развитой конкурентной среды здесь объективно возрастает риск симуляций и имитаций. Следует подчеркнуть, что в силу характерной для инновационной среды плохой измеримости и слабой формализации получаемых при использовании господдержки эффектов имеются и определенные сложности для мониторинга результатов реализации такого рода сетевых проектов. В силу этого обстоятельства государственные механизмы контроля и проверок при реализации подобных инициатив должны дополняться и имиджевыми оценками.

Щербан Тетяна
д.психол.н., професор
Гоблик Володимир
д.е.н., доцент
Мукачівський державний університет
м. Мукачево
Україна

ВЕДЕННЯ ПРИКОРДОННОЇ ТОРГІВЛІ В ПРИКОРДОННОМУ РЕГІОНІ: ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Ведення прикордонної торгівлі – це означає проводити закупки на прикордонній території сусідньої держави як індивідуально., так і як суб'єкт підприємницької діяльності. Це може бути:

– подорож до сусідньої країни за визначеною наперед метою придбання того чи іншого товару або послуги;

– закупівля, яка може бути проведена на суміжній території під час відрядження чи туристичної подорожі; дистанційна закупівля поштою чи через Інтернет у постачальників, що розміщенні на суміжній території;

– закупівля товарів за кордоном у межах дозволенного законодавством на професійній основі.

Прикордонна торгівля має чимале значення для прикордонних регіонів, а саме для розвитку місцевої економіки та покращення якості життя їх мешканців, адже прикордонна торгівля є різновидом преференційної торгівлі, видом міжнародного товарообміну між підприємствами та організаціями, що розташовані в прикордонних районах сусідніх держав. Умови такої торгівлі регулюються відповідними домовленостями та угодами між державами, але спільною її рисою є спрямованість на задоволення місцевих потреб щодо виробництва товарів у межах прикордонної території, а також товарів, призначених для споживання у межах цієї ж території.

Розвиток прикордонної торгівлі, зазначає Т.М. Циганкова, стимулює взаємовигідний товарообмін, кооперацію виробництва, інтенсифікацію прямих зв'язків, обмін виробничим досвідом, а також служить зміцненню дружніх зв'язків, добросусідства та взаєморозуміння [1].

Прикордонна торгівля відіграє важливу роль у життєдіяльності жителів прикордонних територій, а також зміцнює комерційні зв'язки, просуваючи культурне порозуміння та поглиблює взаємовідносини, щоб виховувати дружні відносини між сусідніми територіями. Унікальна особливість прикордонної торгівлі полягає в географічній близькості, що робить транспортні витрати майже недоречними, таким чином дає змогу торговцям користати з відмінностей у постачанні, попиті та цінах на різні товари і послуги, що доступні з обох боків кордону або лише на одній з прикордонних територій.

На нашу думку, помітні результати дослідження щодо особливості прикордонної торгівлі на транскордонному просторі здійснено Мікулою Н.А. та Тимечко І.Р., а саме:

– контактність жителів прикордоння залежить від близькості до кордону місця проживання та наявності поблизу пункту перетину кордону;

– прикордонну торгівлю здійснюють індивідуальні/ малі торговці та їх сім'ї, які часто є виробниками товарів, які продають;

– прикордонна торгівля здебільшого залежить від цінових диференціалів. Нижча ціна є важливим стимулом до закупівлі товарів за кордоном;

– обсяг товару незначний. Займаючись офіційною легальною прикордонною торгівлею в межах дозволених сум на транскордонному ринку, жителі користуються можливостями неофіційної торгівлі на місцевому ринку, оскільки обсяг товару на малу суму є недостатнім для початку підприємницької діяльності на вітчизняному регіональному ринку;

– сільськогосподарська продукція та товари широкого вжитку – головні види товарів, якими торгують;

– дрібні торговці перетинають кордон пішки чи автомобілями, не використовують вантажні машини через незначну кількість товарів;

– 50% жителів прикордонної території із загальної кількості тих жто займається прикордонною торгівлею є жінки різного віку [2].

На жаль, в Україні відсутня офіційна статистика обсягів прикордонної торгівлі, хоча сусідні країни розробляють методики для оцінки обсягів прикордонної торгівлі. Наприклад, спеціальна методика оцінки обсягів прикордонної торгівлі розроблена Держкомстатом Росії та Центральним банком Російської Федерації. Вона ґрунтується на припущенні, що суб'єкти прикордонної торгівлі є основними постачальниками тих товарів, які продаються на численних оптових та дрібногуртових речових ринках.

Доцільно вказати, що Угоди про малий прикордонний рух підписані Україною не тільки з Польщею, а й з іншими суміжними країнами ЄС – Угорщиною та Словаччиною. У 2010 році запроваджено моніторинг практики видачі дозволів на місцевий прикордонний рух у Закарпатській області, який здійснює Регіональний філіал Національного інституту стратегічних досліджень та Центр стратегічного партнерства.

За результатами даного моніторингу можна зробити наступні висновки [3]:

- Даний інструмент лібералізації візового режиму наразі затребуваний, головним чином, тими жителями прикордонних територій Закарпатської області, з яких відповідно до положень Угоди про МПР між Україною та Словаччиною, не стягується плата за його оформлення. Так, вартість консульського збору за оформлення дозволу на МПР у розмірі 20 євро сплатило тільки 25% респондентів, решта – отримали його безкоштовно.

- Мета оформлення дозволу на МПР респондентів для в'їзду та перебування у визначеній прикордонній зоні загалом відповідає положенням Угоди про МПР між Україною та Словаччиною. Структура опитаних щодо мети, з якою вони планують використовувати дозвіл МПР: закупівля товарів та отримання послуг – 3,1%, професійна –18,8%, працевлаштування – 6,2 %, паломництво – 3,1%, культура – 18,8%, волонтерство – 3,1%, відвідування родичів – 43,8%, інше –

3,1%.

Було визначено, що механізм оформлення дозволів на МПР є доволі складним. Враховуючи результати моніторингу зроблено висновок, що спрощений режим перетину українсько-словацького кордону не використано повною мірою, при зіставленні з відповідним режимом на українсько-польському кордоні. Тому в 2011 році до Угоди про місцевий прикордонний рух між Україною та Словаччиною внесли зміни.

Таким чином, специфіка прикордонної торгівлі значно відрізняється від однієї країни до іншої, в залежності від статусу країни в Європі, її географічного положення, її культури, її політичної історії, та її економічного рівня, і в рамках однієї й тієї ж країни, в залежності від осіб, від їх психології, їх особистого досвіду, рівня їх доходів, що потребує подальших наукових розвідок.

Список використаних джерел

1. Циганкова Т. М. Міжнародна торгівля / Циганкова Т. М., Петрашко Л. П., Кальченко Т. В. – К. : КНЕУ, 2001. – 488 с.

2. Ruch graniczny oraz przepływ towarów i usług na zewnętrznej granicy Unii Europejskiej na terenie Polski w 2011 r. – Режим доступу:http://www.stat.gov.pl/

3. Візова політика Угорщини та Словаччини у консульських установах на території Закарпатської області (ІІІ етап) [Текст]. [Електронний ресурс] // Національний інститут стратегічних досліджень : офіц. веб-сайт. – Режим доступу : http://old.niss.gov.ua/Table/Uzh2092009/index.htm.

ЗМІСТ

Ozharovskyi Oleh
BENEFITS AND COST OF INTEGRATION OF EUROPEAN ENERGY MARKET……..…. **4**

Sidniaieva Kateryna, Gerlinde Weber – Haller
ANALYSE UND VERBESSERUNG DES MARKETINGKONZEPTS SOWIE PLANUNG DES EINSTIEGS IN EINEN AUSLANDSMARKT FÜR ESTLAND…….....…… **6**

Skrzyszewska Katarzyna, Skudlarski Jacek
THE ROLE OF CONTROLLING IN PRODUCTION MANAGEMENT….. **9**

Surovcová Petra, Zezula Michal
ECOTOURISM ON THE EXAMPLE OF ENVIRONMENTAL ACTIVITIES AT MUNICIPAL LEVEL: HOSTĚTÍN ……..… **12**

Абдиев Болат, Мадиярова Куралай, Ежебеков Манат
КОРРЕЛЯЦИОННО-РЕГРЕССИОННАЯ МОДЕЛЬ УРОЖАЙНОСТИ ЗЕРНОВЫХ КУЛЬТУР (НА ПРИМЕРЕ «ПЛЕМЗАВОДА АЛМАТЫ» ТАЛГАРСКОГО РАЙОНА АЛМАТИНСКОЙ ОБЛАСТИ)……..... **14**

Акулич Олеся, Белко Юлия, Бухтик Марина
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ХИМИЧЕСКОЙ И НЕФТЕХИМИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ……..…… **17**

Акулов-Муратов Владислав
ИЗМЕНЕНИЯ СТЕЙКХОЛДЕРСКИХ ОТНОШЕНИЙ В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ…….…. **20**

Алешкевич Ольга, Ребковец Виктория, Лягуская Наталия
ГЛОБАЛИЗАЦИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ……..…… **25**

Ареф'єв Володимир
КОНТРОЛІНГ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ПРОЦЕСІВ ТРАНСПОРТНИХ ПІДПРИЄМСТВ……...… **27**

Ареф'єв Сергій
МАРКЕТІНГОВА СКЛАДОВА ПРИ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ АВІАПІДПРИЄМСТВ……..…... **29**

Артеменко Александр, Артеменко Светлана
МЕТОДИКА ОЦЕНКИ ИННОВАЦИОННОГО ПРОДУКТА…….…. **30**

Артишевская Кристина, Артеменко Светлана
АНАЛИЗ РЫНКА КОНДИТЕРСКИХ ИЗДЕЛИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ…….… **33**

Арцеминюк Олеся, Ватченко Олександра
ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА……...……... **35**

Бань Анастасия, Васильева Кристина, Ивашевич Ирина
ДОЛГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ……..... **37**
Барановський Микола
ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЕКОНОМІКИ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК ОДИН ІЗ ВИЗНАЧАЛЬНИХ НАПРЯМКІВ АКТИВІЗАЦІЇ ЇХНЬОГО РОЗВИТКУ……..…. **40**
Баус Мария, Сырямкин Владимир
ПРИМЕНЕНИЕ ПРИНЦИПОВ СИСТЕМНОГО АНАЛИЗА ДЛЯ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ МАЛЫМ ПРЕДПРИЯТИЕМ…….. **43**
Баус Станислав, Сырямкин Владимир
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СИСТЕМА ДЛЯ АНАЛИЗА МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ РЕГИОНА И СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ……..…. **46**
Беккулиева Бахыт
РОЛЬ CRM- КОНЦЕПЦИИ В УПРАВЛЕНИИ СБЫТОМ……..... **49**
Богданович Светлана, Трухоновец Елена
ОБЕСПЕЧЕНИЕ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ СТРУКТУР В ПОСТКРИЗИСНЫЙ ПЕРИОД……. **52**
Вакулина Вера, Чмыр Николай
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТРАНСПОРТНОЙ ЛОГИСТИКИ ДЛЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ.. **54**
Вакулина Надежда, Друк Валентина
ОСОБЕННОСТИ ВНЕШНЕТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ……... **57**
Вербицька Галина
МЕТОДИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ІННОВАЦІЙ……..... **59**
Веретельник Олександра, Бесчастна Дар'я
ОБҐРУНТУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ АВІАПЕРЕВЕЗЕНЬ……. **62**
Власенко Дмитро
СУЧАСНІ АСПЕКТИ САМОРЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ АВТОМОБІЛЬНОГО ТРАНСПОРТУ…….. **65**
Войцеховська Вікторія, Пілявоз Юлія
РЕАЛІЇ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ……..... **67**
Волосюк Маргарита, Кривецкая Анастасия
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРИНЯТИЯ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ…….. **70**
Гапанович Ольга, Паршутич Ольга
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ВСТУПЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ВСЕМИРНУЮ ТОРГОВУЮ ОРГАНИЗАЦИЮ……... **73**
Гвозд Наталия, Володько Ольга
АНАЛИЗ И ОПТИМАЛЬНЫЕ ПУТИ РЕШЕНИЯ РЕМОНТНОГО БИЗНЕСА ЧТПУП «ЛЕНЖДАНЕВРОТРАНС»……..... **75**

Гончарик Екатерина, Паршутич Ольга
ОФФШОРНЫЕ ЗОНЫ МИРА……...……... **76**
Горбарук Татьяна, Филитович Анастасия
ОСОБЕННОСТИ ИНТЕГРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В МИРОВУЮ ЭКОНОМИКУ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ…...…….. **79**
Городецька Маргарита
ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ…..... **82**
Гребеннікова Альона
ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ АГРОБІЗНЕСУ……... **84**
Гриценко Анна
НАУКОВІ ОСНОВИ СУТНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА……..…… **86**
Гуцул Тетяна
ВИРОБНИЦТВО МОЛОКА В ГОСПОДАРСТВА НАСЕЛЕННЯ…..….. **89**
Даценко Ірина
МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ……..….. **91**
Дзюба Тетяна
СУЧАСНИЙ СТАН ПРОДОВОЛЬЧОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ…….…. **94**
Дібрівський Віталій, Чміль Ганна
ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА… **97**
Добрівська Мар'яна
БІОЕКОНОМІКА В ЄС……..... **98**
Дорощук Мария, Наумчик Анастасия, Бухтик Марина
АНАЛИЗ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНЫХ ОПЕРАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ. ПОДДЕРЖКА ЭКСПОРТЁРОВ И ЗАЩИТА ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТОВАРОПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ……...….. **100**
Дубок Анна, Македон Галина
ПРІОРИТЕТИ ІНВЕСТУВАННЯ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВИХ ПОДІЙ……. **103**
Дуга Вікторія
СВІТОВІ ТРЕНДИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОГО АГРОТУРИЗМУ……. **106**
Дуйсебаева Айжан
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРЕДПРИЯТИЯМИ МАЛОГО БИЗНЕСА ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТНОСПОСОБНОСТИ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ…….. **108**
Елшибаев Ракымжан
УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНОЙ ПОЛИТИКОЙ ПРЕДПРИЯТИЯ……. **111**

Євтушенко Володимир
ІНВЕСТУВАННЯ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ СКОТАРСТВА…… **114**
Єлісєєва Оксана, Матвєєва Наталія
СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ РИНКУ ЛЕГКОВИХ АВТОМОБІЛІВ УКРАЇНИ… **117**
Заюкова Марина
УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ІНТЕГРАЦІЙНИХ УМОВАХ…….. **120**
Збарський Василь, Збарська Анна
ОЦІНКА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В СІЛЬСЬКОМУ ГОСПОДАРСТВІ…….....……. **122**
Зглюй Татьяна
ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ…….....……... **125**
Иембергенова Мадина, Окаев Каби
ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТЕХНИЧЕСКИМ УРОВНЕМ И КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ…….....……. **128**
Ivanko Anatoliy
AGRARIAN SECTOR DEVELOPMENT REGULATION STRATEGY: AIMS, CAUSES, REALIZATION DIRECTIONS……..... **131**
Йосипенко Олександр
ПЕРСПЕКТИВИ ВИКОРИСТАННЯ УКРАЇНСЬКИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ ОСНОВНИХ ФОРМ МІЖНАРОДНОГО КРЕДИТУВАННЯ……...…… **133**
Исаева Ирина, Копытовских Александр
РЕКЛАМА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ (SMM) КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКТА…….....……... **135**
Іванова Алла
КЛАСИФІКАЦІЯ ТЕХНОЛОГІЙ ПРИ ФОРМУВАННІ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРВАГ ПІДПРИЄМСТВА……..... **137**
Казанджі Альона
ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА……..... **139**
Кальна-Дубінюк Тетяна, Данилюк Сергій, Бас Оксана,
СИСТЕМА ЕЛЕКТРОННОГО ДОРАДНИЦТВА е-ДОРАДА ДЛЯ ПОШИРЕННЯ ЗНАНЬ І ІНФОРМАЦІЇ……...…..... **142**
Катковская Светлана, Гринберг Семен
РАЗРАБОТКА МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ……. **143**

Кисель Анастасия, Грудницкая Екатерина, Грабар Роза
ОЦЕНКА ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ И БЫТОВЫХ ОТХОДОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ……..... **146**
Козак Людмила
ПЛАНУВАННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА НА РЕКЛАМУ…….. **150**
Колодей Оксана, Чернорук Светлана
РАЗВИТИЕ ЛИЗИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ……. **151**
Конончук Екатерина, Дубойская Виктория
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ ПОЛИТИКА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ……... **154**
Копчинська Ванда
УПРАВЛІННЯ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА ТА ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РИЗИКУ……. **157**
Копытовских Александр, Копытовских Анна
ОБ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПОЛИТИКИ СКИДОК НА ОАО «БЕЛХУДОЖКЕРАМИКА»……. **159**
Корнейчик Марина, Петровец Анна, Германович Наталья
ИНТЕГРАЦИОННЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ АГРАРИЕВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ……... **163**
Кривенко Надія
МІЖНАРОДНА ЕКОНОМІЧНА ІНТЕГРАЦІЯ: СУБРЕГІОНАЛЬНІ УГРУПУВАННЯ……..……. **167**
Кривецкая Анастасия
РАЦИОНАЛЬНОЕ ВЕДЕНИЕ СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА – ПРИОРИТЕТНАЯ ЗАДАЧА ЭКОНОМИКИ……. **169**
Крикунова Вікторія, Галат Лариса
ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА……. **171**
Криницька Оксана
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ РОЗВИТКУ ЗЕМЕЛЬНИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ……. **173**
Куатова Дильмина
5 КЛЮЧЕЙ К УСПЕШНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА…… **177**
Кузовлев Артём, Самара Алексей, Германович Наталья
ФОРМИРОВАНИЕ И ОБСЛУЖИВАНИЕ ВНУТРЕННЕГО ГОСУДАРСТВЕННОГО ДОЛГА……. **180**
Кухар Марія, Лазор Уляна
РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ…… **182**

Лейко Дарья, Абухович Юлия
ВЗАИМОСВЯЗЬ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ…… **185**
Лемішко Олена
ФОРМУВАННЯ МЕТОДОЛОГІЧНОГО ІНСТРУМЕНТАРІЮ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ ФУНКЦІОНУВАННЯ КАПІТАЛУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА…… **187**
Лещук Галина
ІНСТИТУЦІЙНА СТРУКТУРА ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РИНКУ…… **190**
Лисяк Альона
ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА РОЗВИТОК РЕСУРСНО-ТЕХНІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ……. **193**
Ліщинський Михайло
АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ….. **196**
Ломако Инга, Копытовских Александр
ВИРУСНЫЙ МАРКЕТИНГ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ……. **199**
Лускань Юлія, Дубров Олексій, Чубак Антоніна
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ…… **202**
Льобка Анастасия, Германович Наталья
ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕАЛЬНОГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ…… **205**
Магай Татьяна, Кишибекова Галия
ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ……. **208**
Макулова Айымжан, Мухаметжанова Жадыра
ПРОГНОЗ ПО МЕТОДУ ЭКСПОНЕНЦИАЛЬНОГО СГЛАЖИВАНИЯ ХОЛЬТА…….. **211**
Малюта Людмила
ІННОВАЦІЙНІ ПОГЛЯДИ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ В КОНТЕКСТІ АКТИВІЗАЦІЇ ЄВРОПЕЙСЬКИХ ІНІЦІАТИВ……. **214**
Марданов Темирбулат
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ……. **217**
Маркевич Елена
НЕОБХОДИМОСТЬ ИЗМЕНЕНИЯ ПРОЦЕССА МОДЕРНИЗАЦИИ… **220**

Махмудов Ілхом, Іванов Євген
ІННОВАЦІЙНІ ШЛЯХИ ПРИ РІШЕННІ ПРОБЛЕМ МАТЕРІАЛЬНО-ТЕХНІЧНОЇ БАЗИ С.-Г. ПІДПРИЄМСТВ……. **222**
Мацола Андріяна, Гадецька Зоя
МОДЕЛЮВАННЯ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ АВТОТРАНСПОРТНОГО ПІДПРИЄМСТВА……. **225**
Мельник Лілія
ПОСЛІДОВНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НА РІВНІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА…….. **228**
Метрик Александр
УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ ПРЕДПРИЯТИЯ…….. **231**
Метрик Людмила
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ИНТЕГРИРОВАННЫХ ФОРМИРОВАНИЙ ХОЛДИНГОВОГО ТИПА…….. **234**
Митько Анастасія, Волот Олена
ІНТЕГРАЦІЯ УКРАЇНИ У ГЛОБАЛЬНИЙ ІНФОРМАЦІЙНИЙ ПРОСТІР: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ…… **237**
Михайловська Юлія, Українець Наталя
ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНКИ ОБ'ЄКТІВ НЕЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ ДЛЯ ПЕРЕДАЧІ В ОРЕНДУ…… **240**
Михнюк Кристина, Колесникович Диана, Новик Татьяна
КРЕДИТОВАНИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ……... **243**
Мірзоєва Тетяна
СТРАТЕГІЇ ВИРОБНИКІВ ПРОДУКЦІЇ ЛІКАРСЬКОГО РОСЛИННИЦТВА В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ…….. **247**
Мічурін Дмитро, Ахметов Ілляс
ФОРМУВАННЯ СУЧАСНОГО КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНОГО АГРАРНОГО ВИРОБНИЦТВА…… **249**
Мойсеюк Александр, Паршутич Ольга
ОЦЕНКА ХОЗЯЙСТВЕННЫХ РИСКОВ НА ОАО «ПРУЖАНСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ»…… **252**
Молчан Мария, Орлович Яна, Чернорук Светлана
ПРЯМЫЕ И КОСВЕННЫЕ МЕТОДЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЦЕН НА ПРОМЫШЛЕННУЮ ПРОДУКЦИЮ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ…. **254**
Мухіна Ірина, Хорунжий Ігор
ПЕРСПЕКТИВИ ВІДТВОРЮВАННЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ОБСЛУГОВУЮЧИХ КООПЕРАТИВІВ В УКРАЇНІ…… **257**
Mukan Moldir, Ussenbayev Nyrzhan
OIL AS A MAIN LEVER OF THE ECONOMY OF KAZAKHSTAN AND THE REASON OF NATIONAL CURRENCY DEVALUATION…….. **260**

Нагорний Віталій
СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ФОРМУВАННЯ ЕКОНОМІЧНО СТІЙКОГО ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ……. **263**

Наумовец Виктория, Чмыр Николай
СООТНОШЕНИЕ ТЕМПОВ РОСТА ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ ТРУДА И ЗАРАБОТНОЙ ПЛАТЫ НА ОАО «КОБРИНСКИЙ МАСЛОДЕЛЬНО-СЫРОДЕЛЬНЫЙ ЗАВОД»……... **264**

Нечаева Юлия, Лягуская Наталия
ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ……. **266**

Ніколайчук Ольга, Водоп'янова Ірина
СИСТЕМАТИЗАЦІЯ ФАКТОРІВ ПІДВИЩЕННЯ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВІ……. **268**

Новак Катерина, Сурай Анна
БІЗНЕС-ІНКУБУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДТРИМКИ МАЛОГО БІЗНЕСУ. **271**

Новак Юлія, Павлова Валентина
СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ…….. **274**

Новик Мария, Грабар Роза
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛЕСНОГО КОМПЛЕКСА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ…… **276**

Нусипова Гулмира, Әлжанов Досым
УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ И ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА В КАЗАХСТАНЕ…. **279**

Овчарик Зоряна
ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ АГРОПРОМИСЛОВОГО ВИРОБНИЦТВА УКРАЇНИ……. **282**

Орлович Яна, Давыдова Наталья
ПРОБЛЕМА ОБЕСПЕЧЕНИЯ СБАЛАНСИРОВАННОСТИ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ……... **285**

Орляк Юлия, Паршутич Ольга
ЗАРУБЕЖНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ И РОЛЬ ТНК В СОВРЕМЕННОЙ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ…… **287**

Павлович Ирина, Филитович Анастасия
ВНЕШНЯЯ ТОРГОВЛЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ……. **290**

Похилько Тетяна, Македон Галина
ЕКОНОМІЧНА ЕФЕКТИВНІСТЬ УТИЛІЗАЦІЇ ВІДХОДІВ В УКРАЇНІ…… **292**

Приходченко Тетяна
ЗВ'ЯЗОК РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ З РЕГІОНАЛЬНОЮ ПОЛІТИКОЮ……. **295**

Рахмаева Алина, Рабцевич Андрей
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КОНЦЕПЦИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДИНАМИКИ В СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ…… **298**
Рибчинська Ольга
СТАЛИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ ЯК ШЛЯХ ПОДОЛАННЯ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ КРИЗИ…….. **301**
Ровгейша Виктория, Артеменко Светлана
АНАЛИЗ КОНСУРСОВ БРЕНДОВ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ И УКРАИНЫ…….…… **303**
Ромашко Татьяна, Паршутич Ольга
УЧАСТИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В МЕЖДУНАРОДНОМ ДВИЖЕНИИ КАПИТАЛА…….. **305**
Rusnak Alla
PRIORITY AREAS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE RURAL REGIONS OF UKRAINE…… **308**
Савлевич Татьяна, Артёменко Светлана
АНАЛИЗ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ ПРЕДПРИЯТИЙ ХЛЕБОПЕКАРНОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ…….. **310**
Савченко Володимир, Гривко Сергій
ІННОВАЦІЙНИЙ РОЗВИТОК УКРАЇНИ ЯК ФАКТОР ВХОДЖЕННЯ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОЇ СПІЛЬНОТИ…… **312**
Самайчук Світлана
МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ……. **315**
Самосюк Анастасия, Паршутич Ольга
МЕЖДУНАРОДНАЯ ТОРГОВЛЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ……... **318**
Сараєва Ірина, Носова Наталія
РОЗВИТОК МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ВИКЛИКИ……. **321**
Сафи Риана, Филитович Анастасия
ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ…… **324**
Смагулова Шолпан, Ахметова Малика
ОРГАНИЗАЦИЯ И РАЗВИТИЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ КАЗАХСТАНА……. **327**
Соболева Валерия, Филитович Анастасия
РАЗВИТИЕ ВНЕШНЕТОРГОВЫХ СВЯЗЕЙ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ……. **330**
Станько Анастасия, Филитович Анастасия
ПРОДОВОЛЬСТВЕННАЯ ПРОБЛЕМА В РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАНАХ КАК ОДНА ИЗ ГЛОБАЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ……. **332**

Степасюк Людмила
ЕКОНОМІЧНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОГО ВИРОБНИЦТВА ЯЛОВИЧИНИ……. **335**

Стукан Тетяна
ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ АГАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СКЛАДОВА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОГО РОЗВИТКУ…… **339**

Талавиря Микола, Талавиря Олександр
ПЕРСПЕКТИВИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ…….. **342**

Тымчишина Лилия, Гуржий Наталия
ИННОВАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В УКРАИНЕ: ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ……. **345**

Токарева Елена, Ергалиев Канат
ЭФФЕКТИВНОСТЬ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В БИЗНЕСЕ…… **347**

Томашевська Ольга
ОКРЕМІ АСПЕКТИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ УКРАЇНИ В УМОВАХ СЬОГОДЕННЯ……... **351**

Трохимик Дарья, Давыдова Наталья
РАЗВИТИЕ ЛИЗИНГА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ…….. **353**

Турчіна Світлана
УПРАВЛІННЯ ЗМІНАМИ ЯК ОСНОВА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА…….. **356**

Тюшкевич Ольга, Дубойская Виктория
ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ ФИНАНСОВЫМИ ОРГАНИЗАЦИЯМИ…….. **359**

Усенко Олександр, Бережняк Анна
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ…….. **362**

Усович Сергей, Паршутич Ольга
СОСТОЯНИЕ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ…….. **365**

Федуняк Ігор, Федуняк Тетяна
ВИКОРИСТАННЯ ДЕРЖАВНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ РЕГУЛЮВАННЯ АГРАРНОГО РИНКУ……. **367**

Холоменюк Інна
ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА РОЗВИТКУ МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ…….. **370**

Чередніченко Олена, Шкурат Ірина
СУЧАСНИЙ СТАН РИНКУ КУКУРУДЗИ НА ЗЕРНО В УКРАЇНІ……. **373**
Чернишова Анастасія, Заєць Микола
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВИХОДУ НА ЗОВНІШНІ РИНКИ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ…..……. **376**
Чуева Алия
ТРЕНДЫ КЛАСТЕРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ…….. **377**
Шайхина Альмира
РАЗВИТИЕ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН…….. **380**
Шаповал Сергій, Македон Галина
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЗЕЛЕНОГО ТУРИЗМУ В ЧЕРНІГІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ…… **383**
Шарапенда Диана, Артеменко Светлана
ИССЛЕДОВАНИЕ ЕМКОСТИ РЫНКА МЯСНОЙ ПРОДУКЦИИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ……... **386**
Шафранская Ирина
ОДИН ИЗ ПОДХОДОВ К АНАЛИЗУ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕСУРСОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ……. **388**
Шафранский Иван
ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ КАТЕГОРИИ «КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРОДУКЦИИ»…… **391**
Шелест Марина, Дубойская Виктория
ПЕРСПЕКТИВЫ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ…….. **394**
Шорохова Аліна
ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ЗЕМЕЛЬНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ…… **397**
Шульган Наталья, Копытовских Александр
МАРКЕТИНГ В ПОВСЕДНЕВНОЙ ЖИЗНИ……. **400**
Шутова Светлана
МЕЖДУНАРОДНЫЙ МЕХАНИЗМ СОТРУДНИЧЕСТВА В ТЕХНОЛОГИЧЕСКИХ ПЛАТФОРМАХ…… **401**
Щербан Тетяна, Гоблик Володимир
ВЕДЕННЯ ПРИКОРДОННОЇ ТОРГІВЛІ В ПРИКОРДОННОМУ РЕГІОНІ: ДОСВІД ТА ПЕРСПЕКТИВИ…….. **405**

Для нотаток

Наукове видання

Стратегія економічного розвитку України: теоретичні засади та механізми реалізації

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції

Частина 2

Підписано до друку 22.04.2016 р. Формат 60х84/16
Папір офс. Гарнітура Times. Ум. др. арк. 24,4 Обл.-вид. арк. 26,5
Тираж 160 прим. Зам. № 1213

Видавець і виготовлювач ПП Лисенко М.М.
м. Ніжин, вул. Шевченка, 26. Тел.: 8 (067) 4412124
E – mail: milanik@land.ru

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру
видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції
серія ДК № 2776 від 26.02.2007 р.