

**МАТЕРИАЛИ  
XVI МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНА ПРАКТИЧНА  
КОНФЕРЕНЦИЯ**

**НАСТОЯЩИ ИЗСЛЕДВАНИЯ И  
РАЗВИТИЕ - 2020**

15 - 22 януари 2020 г.

**Volume 5**  
Икономики

София  
«Бял ГРАД-БГ ОДД»  
2020

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

Редактор: Милко Тодоров Петков

Мениджър: Надя Атанасова Александрова

Технически работник: Татяна Стефанова Тодорова

Материали за XVI международна научна практическа конференция,

Настоящи изследвания и развитие - 2020, 15 - 22 януари 2020 г.

Икономика. : София. « Бял ГРАД-БГ » -80 с.

За ученици, работници на проучвания.

Цена 10 BGLV

ISBN 978-966-8736-05-6

© Колектив на автори, 2020

© «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2020

## ИКОНОМИКИ

### Икономиката на предприятието

**К.е.н. Захарченко Л.А., магістрант Рейс С.В.**

*Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова, Україна*

#### **ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА**

Розвиток цифрової економіки базується на широкому проникненні в усі сфери економічної діяльності інформаційно-комунікаційних та цифрових технологій, таких як Інтернет речей, роботизація та кіберсистеми, штучний інтелект, великі дані, безпаперові технології, адитивні технології (3D-друк), хмарні та туманні обчислення, безпілотні та мобільні технології, біометричні, квантові технології, технології ідентифікації, блокчейн тощо. За визначенням [1], цифрова економіка — це тип економіки, де ключовими факторами та засобами виробництва є цифрові дані (бінарні, інформаційні тощо) та мережеві транзакції, а також їх використання як ресурсу, що дає змогу істотно збільшити ефективність та продуктивність діяльності та цінність отриманих продуктів та послуг.

Цифрова трансформація на підприємствах здійснюється шляхом проведення цифровізації - насичення фізичного світу електронно-цифровими пристроями, засобами, системами, що сприяє налагодженню електронно-комунікаційного обміну між ними та фактично уможливорює інтегральну взаємодію віртуального та фізичного, тобто створює кіберфізичний простір. Сьогодні цифровізацію визначено однією з головних факторів зростання світової економіки в найближчі 5–10 років.

В Україні основні принципи цифровізації було визначено у «Цифровій адженді України» та Концепції розвитку цифрової економіки та суспільства України, дотримання яких, як очікується, надасть можливість отримання підприємствами конкурентних переваг, що надають цифрові технології [2].

Таким чином, визначення передумов цифрового розвитку та стратегії цифрової трансформації підприємства сьогодні є актуальним та визначає основи ефективного розвитку підприємств України в цифровій економіці.

Поступовий розвиток цифрової інфраструктури, характеризується зростанням частки сфери інформації та телекомунікацій у ВВП України, аналіз якого за 2014-2018 роки наведено у табл. 1.

Таблиця 1 Частка сфери інформації та телекомунікацій у ВВП України\*

№	Роки	ВВП, млн. грн.	Інформація та телекомунікації, млн. грн.	Частка у ВВП, %
1	2014	1586915	104226,4	6,6
2	2015	1988544	131891,9	6,6
3	2016	2385367	171856,8	7,2
4	2017	2982920	218731,7	7,3
5	2018	3558700	273897,1	7,7

*Складено авторами на основі [3]*

Розвиток сфери інформації та телекомунікацій за 2017-2018 роки характеризує зростання доходів від надання послуг сфери інформації та телекомунікацій на 6523,8 млн. грн. або на 9,9%, збільшення капітальних інвестицій в цю сферу, широке використання у 2018 р. інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України 95,5% (табл. 2).

Таблиця 2 Показники розвитку сфери інформації та телекомунікацій\*

№	Показник	2018 р.	2017 р.	Абсолютний приріст	Приріст, %
1	Доходи від надання послуг сфери інформації та телекомунікацій, млн. грн.	72564,7	66040,9	6523,8	9,9
2	Доходи від надання телекомунікаційних послуг, млн. грн.	66505,6	60519,4	5986,2	9,9
3	Обсяг капітальних інвестицій за видом економічної діяльності «Інформація та телекомунікації», млрд. грн.	29,8	18,4	11,4	62
4	У т.ч. обсяг капітальних інвестицій за видом економічної діяльності «Телекомунікації», млрд. грн.	21,3	12,8	8,5	66,4

5	у т.ч. обсяг капітальних інвестицій за видом економічної діяльності «Комп'ютерне програмування та надання інших інформаційних послуг», млрд. грн.	3,82	2,0	1,82	91
6	Використання інформаційно-комунікаційних технологій на підприємствах України, %	95,5	95,2	0,3	0,3
7	з яких мали доступ до мережі Інтернет, %	98,1	98	0,1	0,1

*Складено авторами на основі [3]*

Перед проведенням цифровізації необхідно розробити детальну стратегію цифрової трансформації підприємства (СЦТП), яка включає перегляд всіх проблем підприємства і того, яких результатів має досягнути підприємство за її допомогою.

СЦТП повинна бути: прописана в явному вигляді; витікати з стратегії підприємства; бути узгодженою і містити побажання усіх її підрозділів; охоплювати всі сторони діяльності ІТ-підрозділу; мати багато спільного з бізнес-планом, де прогнозуються витрати на інформатизацію підприємства і віддачу від них, навчання персоналу, володіння технологіями тощо; вказувати шляхи зниження кіберзагроз, витрат і втрат для підприємства.

В розробці СЦТП велику роль слід відвести цифровим навичкам керівника та робітників, для чого необхідно врахувати підвищення цифрових навичок, інформаційної культури, залучати зовнішніх консультантів, якщо це необхідно, переглядати організаційну структуру підприємства, залучати постачальників та клієнтів до цифрової трансформації, проводити моніторинг результатів та ефективності від СЦТП. Успішний бізнес сьогодні йде шляхом цифрової трансформації, тому успішне управління підприємством повинно змінюватись разом зі світовими тенденціями, а СЦТП має принести компанії відчутний результат.

#### Література:

1. Україна 2030Е — країна з розвинутою цифровою економікою Україна 2030Е — країна з розвинутою цифровою економікою [Електронний ресурс] / file://localhost/D:/Мои%20документи/ДП19/Український%20інститут%20майбутнього.mht

2. Цифрова адженда України– 2020 [Електронний ресурс] / НІТЕСН office. – грудень 2016. – 90 с. – Режим доступу: <https://ucsi.org.ua/uploads/files/58e78ee3c3922>.

3. Офіційний сайт Держстату України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

**М.э.н. Елеусинова А.У., к.э.н. Есжанова Ж.Ж.**

*Университет международного бизнеса, г. Алматы, Казахстан*

## **РЫНОК УСЛУГ И ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ**

Социально-демографические факторы изменения современного общества влияют на рост потребления услуг. Увеличение продолжительности жизни, старение населения обуславливают расширение потребления услуг здравоохранения, социального обеспечения, физкультуры и спорта. Изменение роли женщин в современном обществе, большее их участие в экономической и производственной деятельности невозможно без развитого бытового обслуживания, предоставляющего услуги по стирке, чистке, ремонту одежды и обуви, уборке жилых помещений. Одновременно меняется облик домашнего хозяйства — оно становится все более оснащенным сложной бытовой техникой, компьютерами, средствами транспорта, связи и т.п., требующими технического обслуживания, ремонта, установки, наладки и других услуг.

Ускоренное развитие сферы услуг находится под воздействием целого ряда экономических факторов. Рост благосостояния и улучшение качества жизни людей ведут к изменению структуры их потребительских доходов и расходов, в том числе повышению доли затрат на услуги [1, с.18].

По функциональному назначению услуги, оказываемые населению, подразделяются на материальные и социально – культурные. Материальная услуга – услуга по удовлетворению материально бытовых потребностей потребителя услуг. Социально–культурная услуга – услуга по удовлетворению духовных, интеллектуальных потребностей и поддержанию нормальной жизнедеятельности потребителя.

Как правило, в экономической литературе к сфере услуг относят: бытовые услуги, услуги пассажирского транспорта и связи, жилищно-коммунальные услуги, услуги системы образования и культуры, туристско-экскурсионные услуги, медицинские и санитарно-оздоровительные услуги, услуги правового характера и другие [2].

При всем разнообразии в сфере услуг нематериального производства все они имеют четыре характеристики, которые отличают услуги от товара, это: неуловимость, неосвязаемость или нематериальный характер услуг; неразрывность производства и потребления услуг; неоднородность или изменчивость качества; неспособность услуг к хранению [3, с.18].

Одной из глобальных тенденций в современной экономике является феноменальный рост предоставляемых услуг.

В настоящее время темпы развития отраслей сферы услуг резко возросли и оказывают все большее влияние на экономику страны, характер и структуру потребления населения. Однако процесс экстенсивного наращивания объемов услуг заканчивается и берет начало новый процесс повышения конкурентоспособности услуг.

Конкуренция есть неотъемлемая часть рыночных отношений, способствующая обогащению товарного предложения, его приспособлению к меняющимся потребностям потребителей и постоянному внедрению на рынок новых, более совершенных товаров и услуг.

Конкуренция и конкурентная борьба являются главным содержанием функционирования экономической системы, базирующейся на рыночных механизмах, ключевыми категориями в общей схеме категорий рыночного хозяйства.

Для того чтобы определить экономическое содержание понятия «конкуренция», часто выделяют три подхода к его пониманию: поведенческий, структурный, функциональный [4].

В историческом экскурсе поведенческий подход стал первым подходом к определению конкуренции. В частности, А. Смит отождествлял конкуренцию с «честным соперничеством между продавцами за более выгодные условия продажи своих товаров». Неоклассическая теория, придерживаясь поведенческого подхода, определяет содержание конкуренции как борьбу за редкие экономические блага [5, с.7].

Согласно структурному подходу содержание конкуренции определяется типом рынка и тех условий, которые господствуют на нем. «Конкуренция – это наличие на рынке большого числа независимых покупателей и продавцов, возможность для покупателей и продавцов свободно выходить на рынок и покидать его» [6].

Функциональный подход смещает рассмотрение экономической сущности конкуренции в сторону изучения ее роли в экономическом развитии.

Согласно закону конкуренции в мире происходит объективный процесс повышения качества продукции (услуг) и снижения их удельной цены, отражающей отношение цены товара к его полезному эффекту. В условиях конкуренции ничто не заставляет повышать качество продукции, кроме угрозы банкротства. В результате постоянно идет процесс «вымывания» с рынка некачественной продукции (услуг) [7, с.159 – 163].



### Литература:

1. Восколович Н.А. Экономика платных услуг. М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2007 г.
2. Карнаухова В.К., Краковская Т.А. Сервисная деятельность: учебное пособие. - Изд. 2-е. - М.: ИКЦ «МарТ»; Ростов н /Д: Издательский центр «МарТ», 2008. – 254 с., С. 7
3. Муравьева Н.Н. Маркетинг услуг: учебное пособие. – Ростов н/Д: Феникс, 2009. – 251 с.
4. Юданов А.Ю. Конкуренция товара и практика: Учеб.-практ.пособие. – М.: ГНОМ и Д, 2001
5. Т.Г. Философова, В.А. Быков. Конкуренция и конкурентоспособность. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2007. – 271 с.
6. Макконелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Пер. с англ. – М.: Республика, 1995
7. В.Д. Грибов, А.Л. Леонов. Экономика предприятия сервиса: учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2006. – 280 с.

## Логистиката

**Залесский Борис Леонидович**

*Белорусский государственный университет*

### **ПОБРАТИМСТВО ГОРОДОВ КАК МОЩНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РЕГИОНОВ**

В ноябре 2019 года в городе Молодечно Минской области прошла пятая встреча городов-побратимов Беларуси и Польши, участие в которой приняли представители 20 белорусских и 19 польских городов и районов. Актуальность

этого мероприятия объяснялась уже тем фактом, что в 2019 году торгово-экономическое сотрудничество Беларуси и Польши продолжало поступательно развиваться, о чем говорят цифры. Так, за три квартала этого года объем взаимной торговли товарами увеличился еще на четыре процента и составил без малого два миллиарда долларов. Плюс еще почти 330 миллионов долларов – оборот услуг. И это далеко не предел. При этом свою важную роль в достижении названных показателей играют побратимские связи между регионами двух стран.

По мнению белорусского министра иностранных дел В. Макея, «развитие добрососедских отношений между нашими странами невозможно без плодотворного сотрудничества на региональном и местном уровнях» [1], в рамках которого реализуются конкретные взаимовыгодные проекты в экономической, инвестиционной, культурной, спортивной, образовательной областях. А по словам председателя Белорусской общественной организации «Породненные города» Б. Батуры, побратимство городов является наиболее эффективным инструментом сотрудничества в разных сферах, «важной составляющей в реализации программ. Заинтересованность в более успешном развитии своего города, района неминуемо выводит дальновидных руководителей на взаимовыгодные контакты. Так рождается консолидированное взаимодействие бизнеса, государственных и образовательных институтов» [2].

Сам факт проведения пятой встречи городов-побратимов, а первые четыре проходили в Бресте, Белостоке, Гродно и Барановичах, свидетельствует о том, что Беларусь и Польша сегодня заняты поиском новых ресурсов для развития сотрудничества. Один из таких ресурсов видится именно в расширении кооперации на межрегиональном уровне с учетом обеспечения конкурентоспособности продукции, взаимодополняемости производств, поощрения взаимных инвестиций. Для справки заметим, что «между городами и регионами Беларуси и Польши подписано свыше 80 соглашений в разных сферах» [3]. И целый ряд побратимских пар городов Беларуси и Польши показывает интересные результаты сотрудничества. К их числу можно отнести: Брест – Бяла-Подляска, Брест – Люблин, Брест – Тересполь, Гродно – Белосток, Гродно – Сокулка, Витебск – Зелена Гура, Несвиж – Одолянув, Пинск – Ченстохов. В ноябре 2019 года перечень городов-побратимов двух стран дополнили белорусский Волковыск и польский Лобезь. Подписанное ими в Молодечно соглашение о побратимских связях «предусматривает развитие контактов во всех сферах, включая экономику, торговлю, инвестиции, а также культуру и образование» [4]. А в стадии проработки находятся еще соглашения о сотрудничестве между: Сморгонским районом и Гайнувским повятом,

Сморгонью и Минском Мазовецким, Скиделем и Сокулкой, Ошмянами и Минском Мазовецким, Заводским районом Минска и Вроцлавом.

К числу белорусских регионов, где активно развивают взаимодействие с польскими партнерами по целому ряду направлений, относится Гродненская область. Во многом этому способствует тот факт, что «практически все районы области имеют соглашения о сотрудничестве с административными единицами соседнего государства» [5]. Только по программам трансграничного сотрудничества здесь реализуется свыше 30 совместных белорусско-польских проектов в областях культуры, истории, туризма, здравоохранения, безопасности, а также экологии. В частности, большие перспективы в развитии партнерских связей с польской стороной видят в Волковысском районе Гродненщины. В ноябре 2019 года здесь, в поселке Красносельский, прошел уже третий белорусско-польский экономический форум “Шаги навстречу”, участие в котором приняли в том числе Ассоциация польского бизнеса в Республике Беларусь, Подлясский клуб бизнеса, Подлясская ассоциация “Клуб деловых женщин”. Факты говорят о том, что польскому бизнесу в белорусских регионах интересны в плане реализации совместных проектов такие направления взаимодействия, как деревообработка, логистика и производство продуктов питания, чтобы работать в том числе и на рынке Евразийского экономического союза. В частности, «к проектам в сфере логистики проявляет интерес порт Гданьска» [6], рассматривая белорусские регионы для сотрудничества в рамках китайского проекта “Пояс и путь”.

Еще один важный резерв в развитии белорусско-польского побратимского движения видится сегодня в побуждении интереса жителей городов двух стран к осознанному участию в совместных проектах, нацеленных на повышение качества жизни. Ведь международные связи городов – это особый вид народной дипломатии, который обладает целым рядом экономических и гражданских возможностей. В этой связи заслуживает внимания призыв, прозвучавший на пятой встрече городов-побратимов в Молодечно, – «шире популяризировать саму идею побратимства, формируя позитивное восприятие этого формата сотрудничества, обеспечивая системный мониторинг партнерских пар, гласность ее результатов» [7].

#### Литература

1. Гришкевич, А. Макей отметил большую роль побратимского движения в укреплении сотрудничества Беларуси и Польши / А. Гришкевич // [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/special/politics/view/makej-otmetil-bolshuju-rol-pobratimskogo-dvizhenija-v-ukreplenijsotrudnichestva-belarusi-i-polshi-371088-2019/>
2. Батуру, Б. Побратимство городов – наиболее эффективный инструмент сотрудничества / Б. Батуру // [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.mlyn.by/2019/11/boris-batura-pobratimstvo-gorodov-naibolee-effektivnyj-instrument-sotrudnichestva/>

3. Гришкевич, А. Города-побратимы Беларуси и Польши укрепляют сотрудничество в экономической и инвестиционной сферах / А. Гришкевич // [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/regions/view/goroda-pobratimy-belarusi-i-polshi-ukrepjat-sotrudnichestvo-v-ekonomicheskoi-i-investitsionnoj-sferah-371106-2019/>

4. Гришкевич, А. Волковыск и польский город Лобезь подписали соглашение о побратимских связях / А. Гришкевич // [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/regions/view/volkovysk-i-polskij-gorod-lobez-podpisali-soglashenie-o-pobratimskih-svjazjah-371170-2019/>

5. Польша может принять участие в реконструкции Старого замка в Гродно [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/regions/view/polsha-mozhet-prinjat-uchastie-v-rekonstruktsii-starogo-zamka-v-grodno-367496-2019/>

6. Польскому бизнесу в Беларуси интересны деревообработка, логистика и производство продуктов питания [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/polskomu-biznesu-v-belarusi-interesny-derevoobrabotka-logistika-i-proizvodstvo-produktov-pitanija-369771-2019/>

7. Гришкевич, А. Для Беларуси и Польши важно расширение кооперации на межрегиональном уровне – Батура / А. Гришкевич // [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/regions/view/dlja-belarusi-i-polshi-vazhno-rasshirenie-kooperatsii-na-mezhregionalnom-urovne-batura-371114-2019/>

**Залесский Борис Леонидович**

*Белорусский государственный университет*

## **МИНСК – ШАНХАЙ: ВЕКТОР ПОБРАТИМСКИХ СВЯЗЕЙ**

В ноябре 2019 года Соглашение об установлении побратимских связей подписали Минск и Шанхай. Интересно, что до появления этого документа у белорусской столицы уже было «подписано 22 соглашения о сотрудничестве с городами КНР, среди которых 3 – о побратимстве (Пекин, Чанчунь, Шэньчжэнь)» [1]. Возможно, и по этой причине китайские компании уже вложили в Минск около 30 миллионов долларов прямых инвестиций. Подписывая новый документ о побратимстве, стороны «определили приоритетные направления сотрудничества – наращивание взаимной торговли, инфраструктурное строительство, туризм» [2]. У минчан вызывает повышенный интерес опыт Шанхая по целому ряду направлений. В частности, по организации рабочего процесса в учреждениях образования, на объектах медицинской инфраструктуры, в центрах социального обслуживания и реабилитации людей с инвалидностью. Внимание административных и деловых кругов Минска привлекает также Шанхайская зона свободной торговли, которая в Китайской Народной Республике используется для экономических и социальных реформ.

Одной из весьма эффективных форм координации торгово-экономического взаимодействия Минска и Шанхая уже стал ежегодно проводимый бизнес-форум деловых кругов белорусского и китайского городов. Так, организованный в сентябре 2018 года в Минске подобный форум собрал «более 130 отечественных и китайских компаний, заинтересованных сотрудничать в сферах машиностроения, строительства, информационных технологий, химической промышленности, продовольствия, производства ювелирных изделий» [3, с. 149]. Тогда же в белорусской столице побывали китайские производители электроники и бытовой техники, одежды и тканей, упаковки для медицинского оборудования, косметики, игрушек, украшений, а также импортеры автомобилей, электротехнического и сварочного оборудования, компьютерной техники, заинтересованные в поиске деловых партнеров в Минске.

Столь же широким стал состав участников и бизнес-форума “Шанхай – Минск”, проходившего в ноябре 2019 года и собравшего свыше ста китайских и

более тридцати белорусских предприятий и компаний. Программа форума предусматривала обсуждение актуальных вопросов сотрудничества «в специализированных трех секциях: 1) Продукты питания, пищевая промышленность; 2) Туризм и гостеприимство Минска и Шанхая; 3) Промышленность» [4]. О высокой практической отдаче данного мероприятия говорят принятые по его итогам документы. В частности, Минский горисполком подписал Меморандум о намерениях по установлению сотрудничества с корпорацией “Лотуслэнд Шанхай” по внедрению технологий и оборудования тепловых насосов при строительстве в белорусской столице производственных и гражданских сооружений. Дело в том, что «применение теплонасосных установок для городов-спутников Минска позволило бы отказаться от прокладки многокилометровых тепловых сетей» [5].

Меморандум о стратегическом партнерстве в сфере туристических обменов стал итогом переговоров представителей белорусского РУП “Центркурорт” и китайской групповой туристической компании “Shanghai Airlines Tours International (Group) Co., Ltd.”. Договор по сотрудничеству в области проведения международных выставок подписали ЗАО “Минскэкспо” и “Shanghai industry and commerce exhibition Co.”. Кроме того, протокольно закрепили свои намерения активно взаимодействовать уже в ближайшей перспективе свободная экономическая зона “Минск” и компания “Shanghai Allynav Technology Co., Ltd.”, а также ОАО “Кондитерская фабрика “Слодыч” и компания “Shanghai Teemo Foods”. Нарастить поставки своей кондитерской продукции на шанхайский рынок в 2020 году собирается и СОАО “Коммунарка”, подписавшая соответствующий меморандум с китайским ООО “Торгово-экономическая компания “Мисиэр”.

О том, что рынок этого китайского города привлекает серьезное внимание производителей белорусской столицы, говорит также тот факт, что сразу девять минских предприятий приняли участие во второй Китайской международной выставке импортных товаров и услуг, проходившей в Шанхае в ноябре 2019 года. В их числе были СОАО “Коммунарка”, ЗАО “Минский завод виноградных вин”, ОАО “Криница”, ОАО “Слодыч”, ОАО “Кристалл”, ОАО “Минский комбинат хлебопродуктов”, КУП “Минскхлебпром”, ТПКУП “Минский хладокомбинат №2”.

И еще. Интересные перспективы межрегионального сотрудничества открывает также подписанный в ноябре 2019 года меморандум об установлении дружественных связей между Московским районом белорусской столицы и районом Цзядин Шанхая. Буквально через месяц – в декабре – делегация района Цзядин побывала уже в Минске, где обсудила с руководством Московского

района белорусской столицы пути реализации меморандума в контексте «активизации двустороннего торгово-экономического сотрудничества, а также сотрудничества в области обменов учащимися двух районов» [6]. Одним из конкретных итогов данного визита стало прозвучавшее с китайской стороны приглашение учащимся Московского района Минска посетить летний лагерь в Шанхае в 2020 году. Судя по всему, в ближайшее время будут также активизированы дружеские связи Советского района Минска с еще одним шанхайским районом – Чаннин.

### Литература

1. Дни Минска в Шанхае пройдут 7-9 ноября [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/regions/view/dni-minska-v-shanhae-projdut-7-9-nojabrja-368252-2019/>
2. Гришкевич, А. Минск и Шанхай установили побратимские связи / А. Гришкевич // [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/regions/view/minsk-i-shanhaj-ustanovili-pobratimskie-svjazi-368815-2019/>
3. Залесский, Б. Вектор партнерства – Китай. Сборник статей / Б. Залесский. – Palmarium Academic Publishing, 2019. – 188 с.
4. Бизнес-форум “Шанхай-Минск”, 8 ноября 2019 г. [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: [https://www.tppm.by/announcement/index.php?ELEMENT\\_ID=23213](https://www.tppm.by/announcement/index.php?ELEMENT_ID=23213)
5. Белуга, В. Форум делового сотрудничества “Минск – Шанхай” прошел в Китае / В. Белуга // [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://minsknews.by/forum-delovogo-sotrudnichestva-minsk-shanhaj-prohodit-v-kitae/>
6. О визите делегации района Цзядин г. Шанхая в г. Минск [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: [http://shanghai.mfa.gov.by/ru/o\\_generalnom\\_consulstv/news/b8beff0b9304c615.html](http://shanghai.mfa.gov.by/ru/o_generalnom_consulstv/news/b8beff0b9304c615.html)

## Аграрна икономика

**К.э.н. Есжанова Ж.Ж., магистр Елеусинова А.У.**

*Университет международного бизнеса, Казахстан*

### **МИРОВОЙ ОПЫТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ**

Проблема продовольственной безопасности населения стала предметом активного рассмотрения мировым сообществом в связи с социально-экономическими процессами в развивающихся странах с середины 70-х годов XX века. Возникло глобальное противоречие, когда абсолютное перепроизводство продовольствия в развитых странах сопровождалось массовым голодом и недоеданием населения в ряде стран третьего мира. Это со всей очевидностью продемонстрировало, что зачастую хроническая, продовольственная нестабильность связана не столько с теорией убывающего плодородия Мальтуса или неразвитостью аграрного сектора, сколько с уровнем экономического развития и бедностью значительной части населения отдельных государств.

В ближайшие 40 лет, по оценкам зарубежных специалистов, проблема нехватки продовольствия выйдет на первое место в мире, отодвинув с этих позиций проблемы разоружения. По мнению французских специалистов Ж. Буринэ и М. Флои, занимающихся проблемой продовольственной безопасности, новый международный продовольственный порядок заключается в достижении продовольственного самообеспечения странами мира и ликвидации голода. Успешное решение проблем продовольственной самодостаточности в большинстве стран мира создает более прочные основы для усиления гарантий международной и региональной безопасности.

В качестве основных мер со стороны мирового сообщества, заложенных в основу Международных обязательств, принятых Генеральной Ассамблеей ООН, являлись «создание национальных продовольственных резервов при их координации на международном уровне, предоставление экономической помощи с целью увеличения производства и строительства хранилищ продовольствия в развивающихся странах, установление глобальной информационной системы по вопросам производства и торговли



продовольственными товарами, обеспечение регулярных межправительственных консультаций по вопросам мировой продовольственной безопасности [1]. В их основе было заложено снятие противоречий между желанием создать эффективную систему международной продовольственной безопасности, в которой в первую очередь заинтересованы развивающиеся страны, имеющие низкий потенциал для собственного продовольственного самообеспечения, а также партикулярными интересами ряда ведущих стран – экспортеров продовольствия, заинтересованных в поддержке собственного сельхозпроизводителя, работающего на внешний рынок и не желающего интенсивного увеличения продовольственного потенциала главных импортеров его продукции.

Существуют различные подходы к определению продовольственной безопасности: ряд ученых за основной критерий продовольственной безопасности принимает уровень потребления продовольствия, не принимая во внимание за счет собственных или привлеченных источников он формируется. Второй подход ориентирован на устранении зависимости страны от импорта продовольствия. Третий – на самообеспечении продовольствием, защите отечественного товаропроизводителя путем требуемых условий для производства широкого ассортимента конкурентоспособной продукции.

Общее теоретическое обоснование продовольственной безопасности встречается в работах западных авторов Л. Буша, Е. Барбера, Б. Портила, Г. Конвэй. Они схожи во мнении, что «продовольственная безопасность – то состояние экономики, при котором достигается гарантированный доступ всех жителей и в любое время к продовольствию в количестве, необходимом для активной здоровой жизни» [2].

Приоритетное направление достижения продовольственной безопасности большинства зарубежных стран – стимулирование развития национального сельского хозяйства и принятие для этого соответствующих мер его поддержки, повышение конкурентоспособности на внутреннем и внешнем рынках, защита от продовольственной экспансии стран-экспортеров, стимулирование экспорта продукции и т.д. На первый взгляд, такой подход противоречит теориям международного разделения труда и правилам мировой торговли, реализация которых повышает эффективность мирового хозяйства в целом.

Политика протекционизма подходит именно для аграрной сферы, поскольку она имеет свои особенности. Это высокий уровень социальной значимости и низкая эластичность спроса на продовольственную продукцию в зависимости от уровня цен. Поэтому функционирование сельскохозяйственного

производства во всех западных странах отличается постоянно действующим государственным регулированием, а национальные рынки продовольствия – высокой степенью защиты [3].

Обобщение практики стран ЕС показывает, что самообеспечение продовольствием представляет собой программу-минимум для каждой из них. Ведущие страны, интенсивно развивая мировые рынки, заботливо поддерживают очень высокий уровень самообеспечения. Например, в США и Франции этот уровень составляет более 100%, в Германии – 93, в Италии – 78, даже бедная плодородными почвами Япония придерживается уровня самообеспечения 50%. В Японии, например, полностью запрещен импорт риса. И это при том, что продается он внутри страны по ценам, превышающим мировые в 6–8 раз [4].

Американские специалисты считают, что многие государства в целях самообеспечения продовольствием платят слишком высокую цену в виде субсидий сельскому хозяйству, импортных ограничений, создают слишком большие резервы продовольствия, в то время как продовольственная безопасность должна строиться на принципах отказа от аграрных субсидий и дискриминационных мер формирования потоков продовольственных товаров. С ними не соглашаются специалисты стран Западной Европы и Японии. Япония, ЕС и особенно Швейцария, Швеция и Финляндия придерживаются иной концепции национально-продовольственной безопасности, предусматривающей поддержание определенного уровня продовольственного самообеспечения с использованием государственных программ поддержки. Именно такие меры позволили странам ЕС к началу 80-х годов добиться самообеспеченности зерном.

Последствия для страны, «посадившей» себя на импорт продовольствия, могут быть непредсказуемыми. Не случайно, все высокоразвитые страны защищают свои продовольственные рынки от импорта. Например, США не допускают, чтобы импорт продовольствия превышал 17%. В Швейцарии – стране с огромным положительным платежным сальдо – действует закон о продовольственной безопасности. 13 ноября 1996 г. в Риме подписана Декларация о продовольственной безопасности, в соответствии с которой правительства стран приняли на себя обязательства в первоочередном порядке инвестировать сельскохозяйственное, лесное и рыбное производства для наращивания объемов продовольствия [5].

Кроме мер общей поддержки сельского хозяйства, существуют мощные системы внешнеторгового регулирования и защиты отечественного производства, а также стимулирования экспорта. Типично в этом отношении

положение в Европейском Союзе. Западная Европа, как известно, находится не в худших природных условиях для ведения сельского хозяйства, чем многие страны СНГ. Однако для защиты от сельскохозяйственных производителей, находящихся в лучших природных условиях и с более крупными и эффективными сельскохозяйственными предприятиями, прежде всего в США, была разработана система компенсационных платежей и внешнеторговых порогов, которые, по существу, резко ограничили импорт продовольствия в Западную Европу и в то же время стимулировали его экспорт.

Еще более сложный и высокий уровень защиты отечественного производителя существует в странах с большим различием в природных условиях от стран-экспортеров. Интересен в этом отношении опыт Японии. Себестоимость сельскохозяйственной продукции в этой стране вследствие неблагоприятных природных условий велика, и в условиях открытого рынка японское сельское хозяйство было бы подавлено в течение нескольких лет. В Японии взят курс на нетаможенные меры. Наиболее важный из сельскохозяйственных товаров в этой стране – рис. В Японии существует государственно-корпоративная монополия на оптовую торговлю рисом. Корпоративные объединения по рису, находящиеся под контролем Министерства сельского хозяйства, выступают как основной, чаще всего единственный, торговец рисом и стимулируют внутреннюю производительность за счет высоких закупочных цен, создают резервы риса, обеспечивают снабжение им страны и позволяют отказываться от импорта. Действуют некоторые правила, фактически запрещающие его импорт [6].

В настоящее время основным содержанием аграрной политики большинства экономически развитых стран является государственная поддержка аграрного сектора посредством разного рода субсидий, дотаций и льгот. В некоторых странах государственные финансовые вложения в сельское хозяйство в 1,5–2 раза превышают рыночную стоимость его продукции. Государственная поддержка сельского хозяйства и пищевой промышленности сыграла основную роль в резком увеличении производства продовольствия в странах, являющихся в настоящее время его крупнейшими экспортерами – в США, Канаде, странах ЕС [5, С.236].

Механизм обеспечения продовольственной безопасности развитых стран мира основан на эффективной законодательной базе. Именно правовая основа, созданная в этих странах, формирует не только цели и задачи внешней и внутренней политики государства в области аграрной экономики, но и основные механизмы их реализации.

Развитые страны в процессе формирования механизма обеспечения продовольственной безопасности использовали различные инструменты, которые способствовали эффективному развитию АПК, среди которых можно выделить следующие:

- организация программы научно-исследовательских и опытно-конструкторских разработок в агропромышленном секторе;
- государственное кредитное регулирование сельского хозяйства;
- проведение ценовой политики;
- реализация бюджетной политики.

Субсидии в странах ЕС достигли 45–50% стоимости произведенной фермерами товарной продукции. Среди развитых стран мира наименьший уровень государственной финансовой поддержки в новой Зеландии (3%), Австралии (10%), США (21%), однако в расчете на единицу продукции вкладывается средств на 30% больше, чем в другие отрасли, и Канаде (27%). На рисунке 12 показано, что наибольшую финансовую поддержку сельские товаропроизводители получают в Швеции (82%), Норвегии (75%), Японии (74%) – странах, находящихся в худших природно-климатических условиях для ведения сельскохозяйственного производства и обеспечивающих продовольственную безопасность за счет собственного производства [4].

В странах Европейского сообщества расходы на реализацию целевых программ и иную поддержку сельского хозяйства и других отраслей агропромышленного комплекса достигают 30% государственного бюджета. В США удельный вес этих расходов в бюджете меньше, но в силу огромных масштабов федерального бюджета в абсолютном выражении на одного фермера приходится свыше 200 тыс. долл. бюджетных расходов в год. Агропромышленный сектор Германии получает из бюджета Европейского союза больше финансовых средств, чем из федерального бюджета или бюджетов земель. Превышение средств, получаемых из бюджета ЕС, над выплатами из государственного бюджета характерно и для некоторых других стран союза [7].

Национальная аграрная политика в странах ЕС является продолжением Единой аграрной политики, однако существуют различия в направлениях и методах финансирования сельского хозяйства. Например, на поддержку производства и рынков в дополнение к системе ЕС Дания расходует треть своего сельскохозяйственного бюджета, Великобритания и Ирландия – соответственно 15 и 20%.

Почти все страны половину национальных сельскохозяйственных бюджетов расходуют на структурную политику (сюда входят модернизация и укрупнение ферм, улучшение земли и других сельскохозяйственных ресурсов,

улучшение оперативной деятельности фермеров, сокращение производственных издержек и развитие районов с неблагоприятными условиями). По этим направлениям расходов наблюдаются значительные различия. Например, Великобритания направляет на программы модернизации почти треть своего сельскохозяйственного бюджета, а Нидерланды и Люксембург – менее 10%. В целом в странах ЕС на поддержку начинающих фермеров направляется в среднем 10% от аграрных бюджетов, в том числе во Франции – 25%, в Великобритании и Ирландии эта статья расходов незначительна. На бюджетные программы «Исследования и разработки» в среднем по ЕС направляется около 10%, а в Нидерландах – почти 30% бюджета [7].

Таким образом, изученный зарубежный опыт показал, что наибольших успехов добились государства, которые наращивали свой агропродовольственный потенциал одновременно с проведением эффективной государственной политики. Государственное регулирование агропромышленного сектора экономики путем всесторонней поддержки производителей является основным инструментом формирования эффективного механизма обеспечения продовольственной безопасности развитых стран мира. При этом используется много экономических рычагов: государственная поддержка цен на основные продукты питания, платежи из бюджета, компенсации издержек производства, субсидии на совершенствование производственной структуры, предоставление льготных условий национальным сельхозтоваропроизводителям в сфере кредитования, страхования, налогообложения, лизинга оборудования, разработка и осуществление различных программ, действие которых создает благоприятную конъюнктуру для обеспечения устойчивого функционирования агропромышленного комплекса и формирования эффективной социально-производственной инфраструктуры в сельской местности. Цивилизованное функционирование агропродовольственного рынка, при котором все субъекты его работают не только на собственный интерес, но и на общественный, возможно лишь при участии государства. Для формирования эффективного механизма обеспечения продовольственной безопасности необходимо рассматривать проблемы сельского хозяйства не изолированно, а в связи с перспективами его развития в русле закономерностей рыночных преобразований целой системы производственных отношений, складывающихся на мировом рынке.

#### Литература

1. Кудратов Н.Э., Аскарлов Н.И., Исахов Б.А. Методические вопросы оценки уровня развития экспортного потенциала регионов // Вопросы статистики. – 2001. – № 2. – С. 48–49.

2. Ломакин П.А. Обеспечение продовольственной безопасности России: внутренние и международные аспекты. Автореф. дис. ... канд. экон. наук / - Москва, 2017. - 21с.
3. ФАО, МФСР, ЮНИСЕФ, ВПП и ВОЗ. 2018. Положение дел в области продовольственной безопасности и питания в мире – 2018. Повышение устойчивости к климатическим воздействиям в целях обеспечения продовольственной безопасности и питания. Рим, ФАО.
4. <https://foodsecurityindex.eiu.com/Country/Details> 2019
5. Л.Г. Ахметшина, М.Г. Порвадов Перспективы адаптации в России зарубежного опыта обеспечения продовольственной безопасности в условиях санкций/ Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2017. № 1. – С. 234
6. Михайлушкин П. В., Баранников А. А. Теоретические основы аграрной политики государства с точки зрения продовольственной безопасности [Текст] // Экономическая наука и практика: материалы II Междунар. науч. конф. (г. Чита, февраль 2013 г.). — Чита: Издательство Молодой ученый, 2013. — С. 81-83.
7. Notifications of European Union concerning domestic support commitments//www.wto.org.

## **Правителството регулиране на икономиката**

**Сауытжан Ә., аға оқытушы Ахметова Л.М.**

*С. Аманжолов атындағы Шығыс-Қазақстан мемлекеттік университеті*

### **ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ЖАСТАР САЯСАТЫНЫҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ**

XXI ғасыр балалар мен жасөспірімдерді тәрбиелеуге, қазіргі жастардың қалыптасуы мен дамуына өз түзетулерін енгізуді жалғастыруда. Қазіргі қазақстандық жастар мектеп және студенттік өзін-өзі басқару органдарынан бастап жастар парламенттеріне, жастар үкіметтеріне және түрлі қоғамдық ұйымдарға дейін түрлі институттар мен ұйымдарды құра отырып, өздерінің құқықтары мен мүдделерін қорғау тәсілдерін табуға ұмтылады. Сонымен қатар, жастардың саяси ұйымдарға қатысу пайызы өсуде (билік те, оппозициялық те). Жастар жаңа елді, жаңа экономиканы, жаңа саясатты құрғысы келетінін ашық мәлімдейді. Бүгінде көптеген және жиі айтылатын елді жаңғырту контексінде ювентизация ұғымы өзекті болып отыр.

Жастар – кез келген мемлекеттің ең белсенді бөлігі, қоғамның қозғаушы күші. Сондықтан ел тірегі – жастар екенін әсте естен шығармаған абзал. Қазақстанның әлемнің ең дамыған 30 елінің қатарына кіруі жолында жастардың атқаратын рөлі зор.

«Мемлекеттік жастар саясаты туралы» заңда жастар саясатының мақсаты – жастардың рухани, мәдени, білім алып, кәсіби толыққанды дамуы, шешімдер қабылдау процесіне қатысуы, ойдағыдай әлеуметтенуі және олардың әлеуетін елді одан әрі дамытуға бағыттау үшін жағдайлар жасау екені көрсетілген.

Жастар жылы аясында атқарылған жұмыстар нәтижелі болды, солардың бірқатарына тоқталсақ, «Жас маман», «Жас кәсіпкер» жобалары қолға алынды. «Жас маман» жобасы аясында 210 мың жас азамат сұранысқа ие 100 мамандық бойынша оқытылмақ. Биыл «Дипломмен ауылға» жобасы бойынша бір реттік жәрдемақы 70-тен 100 АЕК-ке көбейтілген. Биыл Алматы, Нұр-Сұлтан, Шымкент қалаларында әтижелі еңбек етіп, табысты іс атқарып жүрген 3 мың қазақстандық жас жалдамалы пәтерге қол жеткізбек. 5 жылға беріледі, пәтерақысы 15 мың теңгеден аспайды. Көлемі 40 шаршы метрден төмен болмауы тиіс. 3 жылда 9 мың қазақстандық арзан баспанамен қамтылады.

Қазақстан Республикасында жастар саясаты бірнеше деңгейде – республикалық, облыстық, қалалық және аудандық деңгейде жүзеге асырылады.

Алайда, құқықтық актілердің, өткізілген іс-шаралардың және оны іске асыру бойынша құрылған органдардың саны бойынша мемлекеттік жастар саясатының сапасы туралы айтуға болмайды. Әлеуметтік-экономикалық және саяси шындыққа сәйкес жастар саясатын жүргізуде басымдықтарды объективті орналастыру маңызды болып табылады. Қандай да бір жастар бағдарламаларын қаржыландыру жүзеге асырылуға тиісті қысқа мерзімді және ұзақ мерзімді басымдықтарды бөлу заңды болып табылады. Бүгін Қазақстанда неге артықшылық беру керек? Ең маңыздысы: жастардың кәсіби, әлеуметтік қосылуы; азаматтылық пен патриотизмді қалыптастыру; тұрғын үй проблемасын шешу және жастардың қорғалмаған топтарына көмек көрсету; жастардың әлеуетін іске асыру. Бұл мәселе үлкен объективтілікті, жастар мәселелерін білуді, қарқынды болып жатқан жастар ортасындағы өзгерістерге үлгеруді талап етеді. Қазақстанда жастар саясатын жүзеге асыратын органдар белгіленген басымдықтарға байланысты нақты іс жүргізуі тиіс.

Жастар және онымен байланысты білім беру саясатын зерттеу барысында негізгі мәселелердің арасында біз анықтадық:

жастар заңнамасында бекітілген тезистердің декларациясы;

өңірлік деңгейде жастар саясатын іске асыру мәселесінде жүйелілік пен сабақтастықтың болмауы;

жастар саясатын іске асырудың ашықтығы мен есеп берушілігінің жеткілікті деңгейі;

нәтижеге бағдарланбаған және сапалық және сандық индикаторлары жоқ жастар бағдарламаларын жеткіліксіз пысықтау;

жастар құрылымдарында, оның ішінде үкіметтік емес ұйымдарда кәсіби кадрлардың жетіспеушілігі;

жастардың азаматтық белсенділігінің жеткіліксіздігі;

жастар саясатын қалыптастыру және іске асыру мәселелерінде жоғары оқу орындары, кәсіптік оқу орындары мен жұмыс берушілер арасындағы байланыстың нашарлығы.

осы сызбада зерттеу және ғылыми орталықтардың болмауы;

оқушылар мен студенттерді кәсіптік бағдарлау бойынша нақты емес жұмыс;

-мемлекеттік жастар саясатын іске асыру бойынша жалпы республикалық бағдарламаның болмауы.

Біріншіден, жастар саясатын қалыптастыру мәселесі. Мұндай саясаттарды жобалау және болжау мақсатты аудиторияның, жастардың және жастар ұйымдарының қажеттіліктері мен қажеттіліктерін анықтау негізінде мүмкін болады. Осы бағытта әлеуметтік, экономикалық, мәдени және өзге де зерттеулер жүргізу тиісті деңгейде жүргізілмейді. Тиісінше, жаңа жастар саясатын қалыптастырудың объективтілігі күмән тудыруы мүмкін. Бағдарламалық құжаттар негізделген ақпарат дұрыс және уақтылы болуы тиіс.

Екіншіден, жастар саясатын орындау мәселесі. Бұдан бұрын айтылғандай, жастар саясатын орындаудың бірнеше деңгейі, сондай-ақ жастар саясатын орындауға жауапты көптеген министрліктер, ведомстволар, жергілікті атқарушы органдар бар. ҚР Білім және ғылым министрлігі, атап айтқанда, Тәрбие жұмысы және жастар саясаты департаменті Жастар саясатының негізгі әкімшісі және жауапты органы болып табылады.

Үшіншіден, аралық және финалдық нәтижелерге қол жеткізуді бағалау және мониторингілеу, сондай-ақ жастар саясаты саласындағы істердің жай-күйі туралы жыл сайынғы есептілік мәселесі. Бағдарламалар мен жобаларды орындау бойынша қызмет тұрақты мониторинг жүргізумен және жұмыстың аралық бағалауын орындаумен тығыз байланысты.

Зерттеу барысында біз келесі ұсыныстарға келдік, олар бізге сенгіміз келеді, бюджеттік бағдарлама әкімшісіне және жастар саясаты саласы бойынша бірлесіп орындаушыларға көмектесуі тиіс. Ұсыныстар тізімін біз сондай-ақ проблемалық салалар бойынша ажыратып алдық:



Жастар саясатын қалыптастыру бойынша ұсыныстар:

Жастардың әлеуетін дамыту мәселелері бойынша терең әлеуметтік, демографиялық, экономикалық, құқықтық және өзге де зерттеулер жүргізу қажет.

Жастар саясатын нәтижелі іске асыру жастар саясатын жоспарлау кезінде негіз болуға тиіс жастардың мұқтаждықтары мен қажеттіліктерін анықтаусыз мүмкін емес.

Сыни ойлау – мектептер мен университеттердегі факультативтер (Сорос - Қазақстан қорының Білім беру бағдарламасының тәжірибесі - дебаттар) сияқты бағыттарды қосу мүмкіндігін қарастыру қажет.

Мемлекеттік органдар, бірлесіп орындаушылар, мемлекеттік жастар саясаты өздерінің стратегиялық жоспарларында жастардың үкіметтік емес ұйымдарымен талқылау кезінде мүмкіндігі бар жерлерде әзірленетін жастар саясатының бағытына арналған жекелеген бөлімшелерді айқындауы тиіс.

Атқарушы биліктің уәкілетті мемлекеттік органдары орталық және жергілікті деңгейлерде барлық мүдделі мемлекеттік органдардың күш-жігерін шоғырландыру және нәтижелерді мониторингілеу мен бағалауды қамтамасыз ету мақсатында бюджеттік бағдарламалардың бөлімшелерінен және тиісті бірлесіп орындаушылардың стратегиялық жоспарларынан тұратын орта мерзімді кезеңге арналған жастар саясатын іске асыру жөніндегі мемлекеттік бағдарламаларды жасауға тиіс.

Жастар саясатын қалыптастыруға әсер ететін консультативтік-кеңесші органдардың рөлін күшейту және жандандыру қажет.

Жастар және жастар саясаты туралы Нормативтік-құқықтық актілерге өзгерістер мен толықтырулар енгізу мүдделі тараптардан, бірінші кезекте жастар ұйымдарынан кері байланыс ала отырып, оларды кеңінен талқылаған кезде ғана енгізілуі тиіс.

Жастар саясатын орындау бойынша ұсыныстар:

Республикалық деңгейде мемлекеттік бағдарламаны іске асыруға жауапты жастар саясаты жөніндегі сектораралық комитетті құру арқылы жастар саясатын орындаудың қолданыстағы моделінің тиімділігі мен нәтижелілігін арттыру.

Олардың сандық және сапалық құрамын нығайтып, өңірлік деңгейде жастармен жұмыс жөніндегі дербес бөлімдерді құру.

Көп жағдайда жастар қоғамдық ұйымдарын өңірлік деңгейде жастар бастамаларын іске асыруға тарту.

Мемлекеттік бюджет қаражатын бөлудің, сондай-ақ мемлекеттік әлеуметтік тапсырыс шеңберінде Жастар ұйымдары жобаларының нәтижелерінің барынша ашықтығын қамтамасыз ету.

Қазақстандағы жастар саясатының маңызды бағыттарының бірі-жастардың азаматтылығын қалыптастыру және дамыту. Бұл ретте сөз тек қазақстандық Азаматтылық туралы ғана емес, Еуразиялық Азаматтылық, Орталық Азия азаматтылығы туралы да болуға тиіс. ТМД аумағында интеграция процесін жүзеге асыруға байланысты бұл ой өте өзекті болып табылады.

Еуразиялық азаматтықты қалыптастыру үшін жастардың тікелей қарым-қатынасы, пікір, білім алмасу маңызды болып табылады. Қазақстан жастарының ТМД (Еуразия, Орталық Азия) жастар құрылымына кірігу мүмкіндіктерін кеңейту маңызды болып табылады. Осыған байланысты ТМД аумағындағы жастардың ұтқырлығы мәселесі өзекті болып отыр. Мысалы, Еуропада жастардың қозғалу процесін оңайлату мақсатында Жастар карталарының жүйесі енгізілді. Бүгінгі таңда ТМД жастары өздерінің ішкі проблемаларын шешеді, жастар саясаты саласындағы халықаралық ынтымақтастыққа тиісті көңіл бөлінбейді.

Мәселенің маңызды аспектілерінің бірі-жастар саясатын іске асыруға кім жауап береді деген мәселе. Жастардың тағдырына жауапты органдарда жоғары оқу орындарында дайындалуға тиісті кәсіпқойлар жұмыс істеуі тиіс. Мысалы, Еуропалық жастар орталықтарында бағдарламаларды өткізу мәселелерімен арнайы оқытылған кеңесшілер айналысады.

Қорыта келе, Қазақстандағы жастар саясаты әлемдік саясат аясында жүргізілуде. Сол себепті де 2019 жылыдың «Жастар жылы» деп бекітілуі де осы жастар саясатын дамыту мен жетілдірудің бірден бір негізі. Қазақстанда жастар саясатын жүргізу кезінде, біздің ойымызша, басқа елдерде әзірленген модельдерді алу керек. Әрине, неғұрлым прогрессивті жастар саясаты бар елдердің тәжірибесін соқыр қабылдау болмауы тиіс, Қазақстанның өңірлік ерекшеліктерін, менталитетті, тарихи аспектілерді, қазақстандық жастардың әлеуметтік-мәдени ерекшеліктерін, оның Қазақстандағы әлеуметтену ерекшелігін ескеру қажет.

### Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. Мукашев Т.Т. Молодежная политика как составная часть государственной социальной политики.

2. Отчет по проекту «Анализ и мониторинг молодежной политики в Республике Казахстан за период 2010-2014 годы».
3. Зайниева Л.Ю. Государственная молодежная политика: Казахстан в контексте мирового опыта. – Алматы: Дайк-пресс,
4. О модельном законе «О молодежи и государственной молодежной политике».
5. <https://khabar.kz/kk/syuzhetter/item/116927-ukimet-sagatynda-zhastar-zhylynda-atkarylган-zhumystar-pysyktaldy>

## Външноикономическата дейност

Магистрант Жумагелдиева С.М.  
Гумилев Л.Н. атындағы ЕҰУ, Нұр-Сұлтан қ., Қазақстан

### ҚАЗАҚСТАННЫҢ ГЕОСАЯСИ ЖАҒДАЙЫНЫҢ БАСТЫ БАҒЫТТАРЫ

Қазіргі таңда кез-келген елдің әлемдегі орны мен рөлі оның геосаяси жағдайымен айқындалады. Басты геосаяси жағдайлардың бірі маңызды кеңістіктер мен географиялық орталықтарды бақылай алу қабілеті болып табылады. Геосаяси жағдай тек кеңістіктік географиялық фактордан ғана емес, ол экономикалық, әлеуметтік, демографиялық, саяси және т.б. контекстерді қамтитын күрделі жүйе.

Геосаясат өркениеттер көкжиегінде пайда болып, географиялық аймақтар мен табиғи ресурстарды бақылау үшін бәсекелестік жағдайында дамыды. Ресей ғалымы А. Дугин геосаясатқа мынадай анықтама береді: «Геосаясат - бұл биліктің дүниетанымы, билік туралы және билік үшін ғылым» [1]. Басқаша айтқанда геосаясат бұл мемлекеттің өз дамуына қолайлы маңызды стратегиялық жер аймақтарын бақылауда ұстау және одан пайда табуды көздеу.

Х.Маккиндердің басты қағидасына сүйінетін болсақ, яғни «Жердің континентальды жүрегін кім билесе, ол Әлемдік аралды да билейді, Әлемдік аралды кім билесе, ол әлемді де билейді» деген [2], онда Орталық Азия жетекші әлемдік державалардың саяси, экономикалық, діни және тағы басқа да мүдделерінің тоғысқан аймағы болып табылады.

Қазақстан Еуроазиялық құрлықтың дәл ортасында орналасқан. Ел аумағы бойынша әлемде 9-шы орында, ұзындығы 15 мың км, оның 8 мыңы Ресеймен шекарада, 5 мың км Қытаймен өтеді. Қазақстанның теңіз шекараларының ұзындығы 1,5 мың км, жалпы шекаралардың ұзындығы – 16,5 мың км [3].

Қазақстан Батыс пен шығысты жалғайтын көлік және коммуникация желілері қиылысатын Еуропа мен Азияның түйіскен жерінде орналасқан. Ел экспортының негізгі бөлігін шикізат (металдар, мұнай, нан, жүн) құрайды. Қазақстан өз жағдайын ескере отырып, халықаралық аренада көпвекторлы саясат жүргізуде. Оның мәні жақын және алыс шетелдермен өзара тиімді ынтымақтастықты орнату және дамыту болып табылады. Сыртқы саясаттың стратегиялық міндеттері-бұл ел шекараларының мызғымастығы, Тәуелсіздік

қағидаттары, аумақтық тұтастығы және қол сұғылмаушылығы туралы қағидатты ережелерге басшылық ету.

Қазақстанның халықаралық қатынастардағы орны мен рөлі оның географиялық, геосаяси және геэкономикалық жағдайы мен мүмкіндіктерімен айқындалады. Ең бастысы Қазақстанның Еуропа мен Азияны байланыстыратын жолдардың түйіскен ауданында орналасуы. Біздің еліміздің жақын көршілері - Ресей, Қытай және Орта Азия Ислам мемлекеттері. Қазақстан аумағы арқылы ежелгі заманда аты аңызға айналған Ұлы Жібек жолы өтті. Осыған байланысты әлемнің көптеген елдері Қазақстанмен жан-жақты байланыс орнатуға және дамытуға қызығушылық танытуда. Басты қызығушылық-табиғи байлықтар, пайдалы қазбалардың үлкен қоры. Жалпы Қазақстан бойынша жыл сайын 1,5 млрд.т. астам пайдалы қазбалар игерілуде.

Әлемдік қауымдастық Қазақстанға ХХІ ғасырдың негізгі энергия көзі ретінде қарайды. Қазақстан мұнай, газ, көмір және уран кендерінің қорлары бойынша әлемде жетекші орынға ие. Бұдан басқа, республиканың ауыл шаруашылығы экспортқа жеткілікті мөлшерде астық өндіреді. Өзінің сыртқы саяси қызметінің негізгі бағыттарын айқындау кезінде ел басшылығы бірінші кезекте осы геосаяси факторлардан пайда табуға тырысады.

Қазіргі уақытта Қазақстанның геосаяси мәртебесі белгілі-бір жағдайда айқындалды. Еліміздің басқа елдермен қатынастары маңыздылық дәрежесіне қарай орнытылуы тиіс, әдетте ол қатынастарды «концентрациялық шеңбер» қағидаты негізінде қалыптастырады, яғни:

*бірінші шеңбер*, Ресеймен айрықша қатынасты орнату;

*екінші шеңбер*, Қырғызстан, Өзбекістан, Түркменістан мен Тәжікістан елдермен достық қатынастарды сақтау, бұл Ресей, Қытай және басқа Орта Азия елдермен паритетті сақтап тұруға мүмкіндік береді;

*үшінші шеңбер*, Азияның 10 елімен үстем бағытты сақтау, бұл ортаазиялық мемлекеттерден басқа Түркия, Иран, Пакістан, Афганистан мен Әзірбайжан елдері, олардың көмегімен Оңтүстік Азия мен Араб елдеріне сауда байланыстарды шығаруға болады;

*төртінші шеңбер*, Қытай елімен берік қатыстарды орнату, бұл ынтымақтастық елімізге бейбітшілік пен тұрақтылықты қамтамасыз етуден басқа Азия елдерінің теңіз порттарына шығуға мүмкіндік ашады;

*бесінші шеңбер*, АҚШ, Батыс Еуропа мен Жапон елдерінің алдыңғы қатарлы технологиялар мен тәжірибесіне мүмкіндік беретін ынтымақтастықты орнату.

Қазақстанның Каспий маңы аймағында орналасуы геосаяси және геоэкономикалық стратегиялық маңызға ие. Бұл фактордың маңыздылығы келесі жағдайларға байланысты.

1. *Қазақстанның жанармай-энергетикалық жүйесін дамыту.* Ресми деректер бойынша Қазақстан көмірсутегі шикізат қоры бойынша әлемде 13-ші орынды алады. Ал мұнай қоры бойынша әлемдік даңгейдің 3,3% мен газдың 1% құрайды. Мұнай мен газды өндіру көлемі жылдан-жылға ұлғаюда.

2. *Қазақстанның халықаралық аренада дипломатиялық мүмкіндігі мен позициясын кеңейту.* Каспий теңізі маңында Азербайджан, Иран, Ресей, Түркіменстан, сонымен қатар АҚШ, Қытай, Түркия, Батыс Европа, Таяу Шығыс елдерінің мүдделері тоғысқан. Бұл жағдайда Қазақстан өзінің сыртқы саяси және экономикалық бағытына сәйкес, сонымен қатар Ресей, Иран, Түркіменстанға қарағанда Каспий теңізінің ашықтығы жағынан ол аймаққа шетел инвесторларын тарту деңгейі бойынша алдыңғы орында. Сондықтанда Қазақстан өзінің екі және көпжақты қатынастарының кейбір мәселелерін өзі шеше алады.

3. *Қазақстанды теңіз державасы ретінде қалыптастыру.* Әлемдік теңізге ашық шығу жолы болмасада, еліміз Каспий аймағындағы өз позициясын теңіз державасы ретінде пайдалануға тырысады. Қазақстан осы мәртебеге сай болу үшін қажетті атрибуттарды қалыптасыруға ат салысуда. Осыған байланысты өз әскери-теңіз флотын дамыту мәселесін алға қойып, жылдан жылға күшейтуде.

4. *Каспий теңізінің биоресурсын сақтау және пайдалану.* Қазақстан қоршаған ортаны қорғау мен Каспийдің бай балық қорын сақтау мәселесін алдыңғы қатарға қояды. Қазақстан Каспий теңізінің фаунасын сақтауға, санын көбейтуге шараларды қолданады, оның ішінде аулауға квота орнату, теңізді ластанудан қорғау, браконьерлермен күресу, т.с.с.

Сонымен Қазақстан тиімді географиялық жағдайда орналаса отырып, Қытай, Ресей, АҚШ, Батыс Европа елдері сияқты алпауыт мемлекеттердің стратегиялық мүдделері тоғысқан аймақ болып табылады. Олардың ішінен айрықша қаржылық ресурстар мен халықаралық қауымдастықта үлкен ықпалға ие АҚШ Қазақстанға көп назар аударуда. АҚШ Орталық Азияны өз мүддесінің аймағы ретінде қарап, Қазақстанмен ынтымақтастықты дамытуға күш салуда.

Қазақстанның сыртқы және ішкі саясат бағыты бүкіл Азия аймағы үшін маңызды болып келеді. Сондықтанда Қазақстан ұлттық мүддеге сәйкес келетін - көршілес мемлекеттермен бейбіт қатынасты сақтауға негізделген тиімді және жан-жақты дипломатиялық бағытты ұстануы қажет.

**Әдебиеттер:**

1. Дугин А.Г Геополитика. Учебное пособие. – М: УМО, 2011.
2. Панарин И.Н. Мир после кризиса, или Что дальше? - СПб: Питер, 2011. - С. 60. - 240 с.
3. [www.stat.gov.kz](http://www.stat.gov.kz) – ҚР Статистика комитетінің ресми сайты

## Финансови отношения

**Кабатаева Б.С.**

*Академия Кайнар, Алматы, Казахстан*

### **ВАЖНОСТЬ И ВЛИЯНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Аннотация.** В статье рассмотрена важность эффективного стратегического управления финансовыми ресурсами предприятия. Основной задачей стратегического управления – подготовка к изменениям рыночной ситуации и повышение уровня результативности деятельности компании относительно уровня результативности конкурентов. Процесс планирования стратегии предприятия начинается с постановки целей. Финансовая стратегия предприятия приобрела важность с развитием рыночных отношений в экономике. Бизнес принесет выгоду и будет развиваться при хорошем построении финансовой стратегии предприятия.

**Ключевые слова:** финансовая стратегия, финансовые ресурсы, стратегическое управление, конкурентоспособность.

С переходом на рыночные отношения проблема управления предприятием была осознана в стране на макроуровне. Для предприятия любого уровня важна корпоративная стратегия, стратегия бизнес–единиц, функциональные стратегии, в том числе финансовая. Стратегическое управление предприятием обозначает различия между оперативным управлением предприятия и корпоративным управлением компании. Причин, по которым различие было необходимо для введения в рыночную экономику и бизнес, много: появление новых потребностей, возрастающая конкуренция, увеличение роли современных технологий, изменение роли человека в организации бизнеса и корпорации. Применение стратегического управления позволяет вовремя реагировать на происходящие стремительные изменения во внешнем мире, противостоять неблагоприятным воздействиям внешней среды в долгосрочной перспективе. Основной задачей стратегического управления финансовыми ресурсами предприятия – подготовка к изменениям рыночной ситуации и повышение уровня результативности деятельности компании относительно уровня результативности конкурентов. Процесс планирования стратегии предприятия начинается с постановки целей. Целей может быть



несколько, и они различаются по сферам, периодам и длительности временных промежутков. В краткосрочной перспективе чаще всего ставятся цели для различных функциональных подразделений, таких как маркетинг, финансы, отдел трудовых ресурсов и т.д. основной сферой постановки целей является прибыльность.

Финансовая стратегия показывает, насколько изменчива конъюнктура и тенденции развития финансовых рынков и рынков товаров и услуг. При разработке финансовой стратегии предприятия можно разделять теоретически на несколько научных направлений в зависимости от типа стратегии: на оценке внешней и внутренней среды предприятия, на основе зарубежного портфельного опыта, на построении финансовых пирамид. Одним из самых популярных подходов на оценке позиции внешней и внутренней среды, основоположником которого является И.А. Бланк, является отражение следующих этапов [1]:

Принципы разработки финансовой стратегии;

Стратегические цели;

Технологию разработки стратегии;

Система методов разработки стратегии;

Параметры оценки финансовой стратегии.

Финансовая стратегия представляет собой один из важнейших видов функциональной стратегии предприятия, обеспечивающей все основные направления развития его деятельности и способствующей реализации основной стратегической цели – максимизации благосостояния собственников [2] и может рассматриваться в качестве долгосрочной программы действий предприятия. При этом финансовая стратегия может подразделяться на генеральную финансовую стратегию и стратегию отдельных задач по привлечению, управлению и увеличению финансовых ресурсов предприятия.

Важнейшими задачами долгосрочного финансового планирования являются:

Потребность в денежных средствах;

Способность предприятия отвечать по своим долгосрочным обязательствам;

Следование пунктам плана инвестиций для увеличения свои собственные средства;

Постоянное наличие финансовых ресурсов.

Финансовая стратегия предприятия должна постоянно совершенствоваться и отвечать следующим принципам [2]:

**Актуальность.** Стратегия должна соответствовать внешним и внутренним факторам, влияющим на деятельность организации, именно в тот период, когда она была сформирована. Этот принцип означает, что вместе с изменением условий внешней среды должна меняться и стратегия организации;

**Обоснованность.** Финансовая стратегия должна основываться на экономических расчетах внутренних и внешних условий компании, на основании которых выбран именно этот путь стратегического развития, а также прогнозные документы по состоянию рассматриваемой отрасли и экономики в целом;

**Согласованность.** Финансовую стратегию следует согласовывать со всеми внутренними и внешними нормативно–правовыми актами, регламентирующими деятельность компании, а также с корпоративной стратегией развития.

Для совершенствования деятельности компании необходимо сделать выбор, какой именно вид стратегии применим, и отвечает всем поставленным целям и задачам. При управлении информационной, материальной и финансовой стороной деятельности обеспечивается развитие жизнедеятельности предприятия. Управление финансовой деятельностью направлено на реализацию решений организационного, стратегического и тактического характера. Реализация этих решений в компании сводится к следующему: анализу финансового состояния; планированию финансовых ресурсов; результативному и оперативному управлению денежными финансовыми средствами; финансовому контролю компании [3].

Достижение финансовых целей приводит зачастую к достижению стратегических целей, наоборот, отсутствие финансирования может поставить под угрозу деятельность компании. Достижение стратегических целей необходимо для укрепления конкурентоспособности и положения компании на рынке в долгосрочной перспективе. Соответствие некоторых финансовых и стратегических целей для успешного развития компании указано в таблице 1.

**Таблица 1. Основные финансовые и стратегические цели предприятия [3]**

<b>Финансовые цели</b>	<b>Стратегические цели</b>
Рост выручки	Увеличение доли рынка

Рост прибыли	Сокращение периода от разработки до выведения на рынок нового товара
Повышение рентабельности	Превосходство на конкурентами по издержкам
Увеличение доходности на вложенный капитал	Превосходство над конкурентами по ассортименту
Улучшение кредитной истории компании и повышение надежности облигаций	Превосходство над конкурентами по популярности торговой марки
Увеличение денежных поступлений	Доставка точно в срок

Главный фактор, влияющий на рост выручки предприятия – наращивание объема реализации товаров и услуг, увеличение доли компании на рынке. Следствием этого является увеличение прибыли и повышение уровня производства, повышение объемов и уменьшение периода времени, необходимого для выпуска новой партии продукции. При повышении объемов производства увеличиваются объемы и уменьшаются цены закупаемого сырья. И, возможно, появляется преимущество перед конкурентами по издержкам в производстве товаров и услуг. Для выполнения стратегических и финансовых целей компания разрабатывает финансовую стратегию развития предприятия, которая имеет свои составляющие (таблица 2).

**Таблица 2. Составляющие финансовой стратегии [3]**

<b>Структурная стратегия</b>	<b>Кредитная стратегия</b>	<b>Инвестиционная стратегия</b>
Оптимизация структуры капитала	Оценка объема финансирования внешних источников	Анализ инвестиционной привлекательности направлений

Оптимизация активов	Выбор финансовых институтов и эффективных инструментов	Инициирование инвестиционных предложений
Оптимизация собственного капитала	Анализ и обоснование устойчивых источников финансирования	Оценка инвестиционных альтернатив
Оптимизация распределения прибыли	Вывод ценных бумаг на фондовый рынок	Формирование банка инвестиционно-привлекательных проектов
Построение эффективной системы управления финансами	Выявление и хеджирование кредитных рисков	Выявление и хеджирование инвестиционных рисков

Одна из основных целей работы компании – необходимость привлечения или инвестирования денежных средств, в зависимости от их недостатка или излишка для достижения поставленных предприятием целей. Рациональное формирование финансовой политики способствует успешному осуществлению операционной, финансовой и инвестиционной деятельности предприятия, как в краткосрочном, так и долгосрочном периоде. Это обеспечивает рост объема производства и реализации продукции. Финансовая стратегия, которая рассматривает все нюансы в деятельности предприятия, даже незначительные одноразовые платежи, позволит компаниям быть постоянно ликвидными и платежеспособными, и показывать устойчивый рост [4].

Для получения дохода и эффективного использования финансовых ресурсов необходимо качественное управление деятельностью компании. Бизнес принесет выгоду и будет развиваться при хорошем построении финансовой стратегии предприятия. Качественное управление финансовыми ресурсами имеет большое значение для предприятия и позволяет обеспечить выживание в конкурентной среде.

### Литература:

1. Воробьев А.В. Анализ подхода к разработке финансовой стратегии предприятия, базирующегося на общей управленческой парадигме// Современные технологии управления. ISSN 2226-9339. – №12 (36). Номер статьи: 3601. Дата публикации: 2013–12–08. Режим доступа: <https://sovman.ru/article/3601/> .

2. Иванова А.А. Финансовые стратегии российских предприятий// Молодой ученый. – 2018. – №39. Режим доступа: <https://moluch.ru/archive/225/52888/> .

3. Меньшиков Е.В. Сущность и содержание финансовой стратегии организации//Economics: Yesterday, Today and Tomorrow. 2017, Vol. 7, Is. 2A .

4. Комаров А.В., Нагибин Г.В. Необходимость финансового планирования на предприятии в условиях экономической напряженности// Экономика и современный менеджмент: теория и практика: сб.ст. по матер. LVII междунар. науч.–практ. конф. № 1 (55) – Новосибирск: СибАК, 2016

## Маркетинг и управление

к.е.н., Мостова А.Д., магістрант Зонова А.Е.

Університет імені Альфреда Нобеля

### ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ У СОЦМЕРЕЖАХ НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕКАНАЛУ НА ОСНОВІ КОНКУРЕНТНОГО АНАЛІЗУ

Обране підприємство – 34 телеканал. Це - найпопулярніший ТВ-мовник Дніпропетровської області, який за рейтингами випереджає навіть деякі національні канали. Про це говорять цифри в дослідженнях телевізійної аудиторії, які належать Індустріальному Телевізійному Комітету (ІТК).

Зараз 34 телеканал перейшов до етапу діджиталізації та багато уваги приділяє наявності бренду у мережі Інтернет (сайт, SMM тощо). У рамках цієї праці ми розглядаємо діяльність телеканалу саме у мережі Інтернет.

Наразі підприємство представлено у таких соцмережах, як: YouTube, Facebook, Telegram, Instagram, та має власний сайт.

Як соцмережі, так і новинний сайт телеканалу показують стабільне зростання, але цього недостатньо, щоб обійти головного конкурента – сайт «Інформатор», який займає ведучу позицію на регіональному ринку.

Порівняльна оцінка показників сайтів порівняно із конкурентами надана на рис. 1.

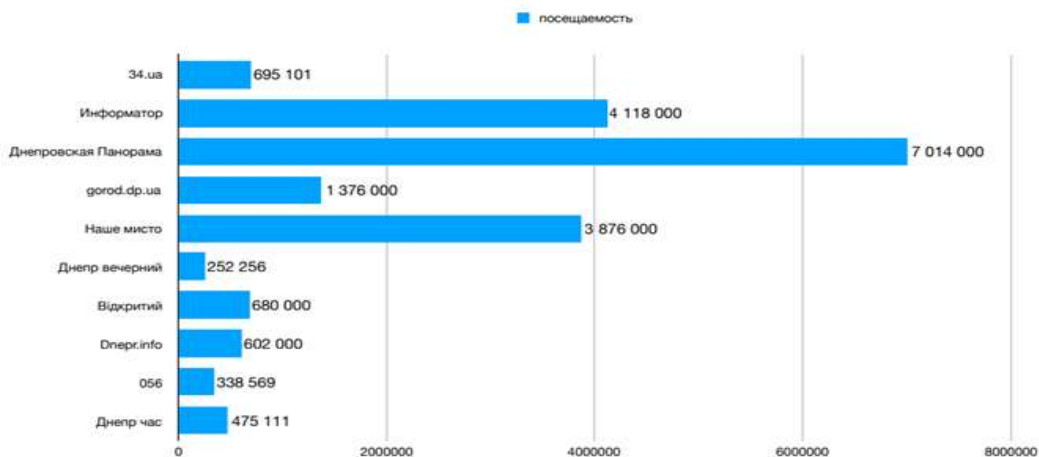


Рис.1. Порівняння показників сайту 34.ua із показниками конкурентів (вересень 2019) – за даними Similar Web

Приблизно така ж ситуація і у соцмережах.

Для побудови багатокутника конкурентоздатності було обрано двох основних конкурентів 34 телеканалу у Інтернет просторі – «Інформатор» та «Відкритий». Після оцінки показників побудуємо багатокутник конкурентоздатності (рис. 2).

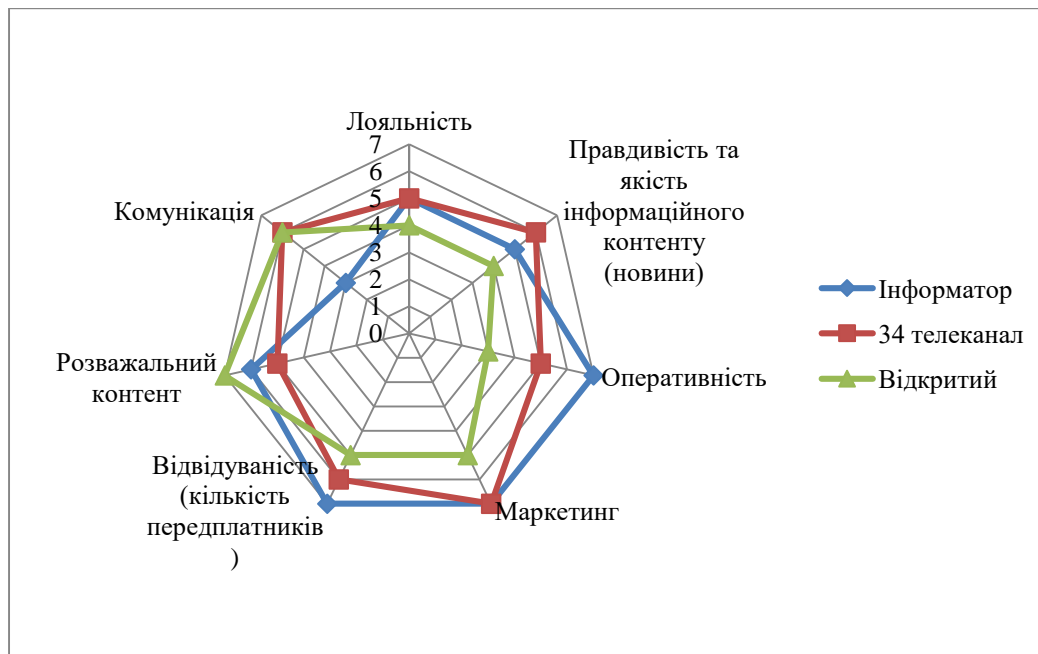


Рис. 2. Багатокутник конкурентоздатності

Як бачимо з багатокутника, найнижчі показники – у «Відкритого», в той час як Інформатор та 34 телеканал тримаються приблизно на одному рівні.

Найслабкіші за конкурентоспроможністю у мережі Інтернет критерії 34 телеканалу – це лояльність аудиторії, оперативність новин та кількість розважального контенту.

Причина дещо зниженої лояльності – стереотип суспільства про «продажності» ЗМІ, особливо регіональних телеканалів.

Ще одна причина - аудиторія, яка дійсно знайома і лояльна до 34 телеканалу, майже немає в Інтернеті (так зване покоління Z і, частково, покоління Y).

Так як принцип телеканалу - це саме чесна і перевірена інформація, то, чекаючи інформації з офіційних або підтверджених джерел - ми поступаємося в гонитві за оперативністю. У той час як нинішній молоді важливий саме фактор оперативності.

Таким чином, ми маємо донести до аудиторії свої ідеали: переконати в своїй чесності і в тому, що перевірена інформація «по справі» краще, ніж величезний інформаційний потік, з якого ще потрібно «виловлювати» щось

путне. До того ж зараз набуває популярності тренд «інформаційного детоксу», що означає якраз-таки розумний підхід до кількості та якості споживаної інформації. Крім цього, слід підвищувати кількість і якість розважального контенту, розбавляючи стрічку подієвих і політичних новин. Мета - змусити людей читати саме нас, чекати нашого варіанту подій.

Крім того, каналу слід продовжувати використовувати контакти і авторитетність у політичних колах, щоб брати ексклюзивні інтерв'ю (в рамках програми «Грані») і виставляти ці матеріали в Інтернет. Так, в студії вже не раз побував мер Дніпра і інша політична еліта Дніпропетровщини, ряд міністрів новообраної Верховної Ради і Голова ВР Дмитро Разумков.

Хороший поштовх в соцмережах дають опитування на тему «Про що б Ви хотіли запитати ту чи іншу особистість».

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Гаркавенко С.С. Маркетинг. Підручник / С.С. Гаркавенко. – К.: Лібра, 2010. – 712 с.
2. Балабанова Л.В. Стратегічне маркетингове управління конкурентоспроможністю підприємств: Навч. посіб. / Л.В. Балабанова, В.В. Холод. - Київ: ТОВ «Видавничий дім «Професіонал», 2013.- 448 с.
3. Полторац В.А. Маркетингові дослідження / В.А. Полторац, І.В. Тараненко, О.Ю. Красовська. – К.: ЦУЛ, 2014 р.



к.е.н., доцент Мостова А.Д., магістрант Сабетова А.М.

*Університет імені Альфреда Нобеля*

## **СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ НА ПРИКЛАДІ АСОРТИМЕНТУ КОМПАНІЇ TRUFF ROYAL**

Сегментування ринку — розподіл потенційних споживачів на групи на основі відмінностей у їх потребах, характеристиках та поведінці. Застосування концепції ринкового сегментування дозволяє підприємству (фірмі) досягти максимальної результативності маркетингової діяльності шляхом використання своїх сильних сторін з урахуванням реальних умов на ринку товару [1].

Правильне сегментування ринку є критично важливим для будь-якої фірми, яка продає немасові товари і чим більш специфічні товари, тим детальнішими мають бути обрані сегменти. Сегментація необхідна для покращення товарного асортименту та правильного позиціонування окремих товарів. Ідеальним підходом до планування маркетингової діяльності з погляду задоволення потреб споживачів без перебільшення можна вважати пристосування виробів і послуг до вимог кожного окремого споживача. товару [2].

На прикладі компанії Truff Royal проведене сегментування споживачів за 4ма характеристиками. Найбільш популярними критеріями для сегментації є: географічний, що використовується для вибору регіонів продажу; за рівнем доходів – критерій, необхідний для встановлення сегментів споживачів, що будуть спроможні придбати даний товар; за віковими характеристиками – люди з різних вікових категорій обирають різні товари, з віком змінюються смаки та за психографічними характеристиками – стилем життя тощо.

По-перше, сегментування за географічним критерієм: клієнтами компанії є жителі України, деяких областей Германії, Голландії та Польщі (за рахунок експорту). Компанія є диверсифікованою, тому для різних ринків компанія пропонує різні продукти - для Голландії, наприклад, TRUFF ROYAL виробляє солоні вафлі з додаванням паприки, вафлі з цибулею та аналог солодких хрумких вафель «Матусине сонечко». Для Польщі компанія випускає солоні вафлі з житнього борошна у сегменті «продукція здорового харчування».

По-друге, сегментація за рівнем доходів: людям з низьким та нижче середнього рівня доходів компанія пропонує цукерки, плитки та фігурки з шоколадної глазури (дешевим заміником шоколаду), вафлі АТБ. Людям з доходом середній та середній + компанія пропонує батончики Білка, Єнот, Фінік, Папайя, протеїнові батончики та фігурки з натурального шоколаду.

Рис. 1 – Сегментація споживачів компанії Truff Royal за демографічними



характеристиками

По-третє, сегментація за демографічними характеристиками:

- Діти і підлітки (цукерки, солодкі вафлі, шоколадні медальки, фігури з шоколаду або глазури, батончики з горіхами)
- Студенти та молоді люди (батончики з протеїном, солоні вафлі, солодкі вафлі)
- Дорослі (грильяз, батончики з горіхами, фігурки з шоколаду, солодкі м'які вафлі)
- Літні люди (солодкі м'які вафлі, гречані вафлі, солоні вафлі, цукерки)

Як видно з діаграми, яка базується на результатах дослідження вікового складу споживачів Truff Royal, найбільше споживають товари компанії діти, підлітки та молоді люди.

По-четверте, за психографічними характеристиками. Щодо цього, компанія виділяє декілька сегментів:

- Мама – покупці солодоців з найменшим вмістом барвників, консервантів та шкідливих домішок (батончики Дісней, Марвел, вафлі Дісней, Марвел, Зоряні війни), також купують шоколадні та з глазури фігурки (в залежності від рівня доходів) та шоколадні медальки.

- Адепти ЗОЖ, workout - люди, які ведуть здоровий спосіб життя – покупці горіхових батончиків, солоних вафель, вафель Дісней, Марвел, Зоряні війни, батончиків Дісней, протеїнових батончиків.

- Активні жителі, офісні працівники - усі любителі "перекусити на бігу" – батончики горіхові, протеїнові, солоні вафлі.

- Домосіди – люди з не активною життєвою позицією, живуть по принципу: дім-робота- телевізор/Інтернет. Для цієї категорії створені всі цукерки з шоколаду та шоколадної глазури та всі види солодких вафель, представлені компанією.

Під час аналізу асортименту і сегментації споживачів кожні з видів товарів, що виробляє компанія, були віднесені до окремих сегментів, що полегшить позиціонування вже існуючих товарів компанії.

### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Сегментування ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
[https://uk.wikipedia.org/wiki/Сегментування\\_ринку](https://uk.wikipedia.org/wiki/Сегментування_ринку)

2. Сегментування ринку та позиціонування товару [Електронний ресурс]. – Режим доступу:  
[https://pidruchniki.com/1348122241721/marketing/segmentuvannya\\_rinku\\_pozitsiyu\\_vannya\\_tovaru](https://pidruchniki.com/1348122241721/marketing/segmentuvannya_rinku_pozitsiyu_vannya_tovaru)

**Куценко А.А., к.т.н. Орлова В.М.**

*Університет імені Альфреда Нобеля, Україна*

## **ЕТАПИ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ ТОРГОВОЇ МАРКИ ТА ЇЇ ПЕРЕВАГИ І ЗНАЧИМІСТЬ**

ВТМ (власні торгові марки) з'явилась в Україні у 2002 році, тоді на український ринок надійшли перші товари ВТМ, створені вітчизняними торговими мережами [1]. Активного розвитку вони отримали тільки у 2008 році, тоді світова криза, а пізніше інфляції спонукали покупців оцінити продукцію власних торгових марок, крім того, зіграв роль товарний асортимент. З полиць супермаркетів пропав ряд продукції, вартість якої стала тепер не по кишені багатьом українцям. Їх місця зайняли товари ВТМ, адже для споживача це якісний товар за ціною нижче на 20-30% аналогічного. А для торгових мереж ВТМ (власні торгові марки) – оптимальний інструмент утримання своїх позицій на ринку і подальшого зростання, збільшення прибутку [2].

Тому компанія яка визначила для себе доцільним для формування довготривалого образу організації, для підвищення рівня прибутку компанії, і для інших індивідуальних цілей – продаж товару під власною торговою маркою, при впровадженні зіткнеться з такими основними етапами [1]:

Сегментування ринку для визначення базового ринку – той цільовий сегмент, який напевно забезпечить найбільший обсяг продажу певного товару чи послуги.

Аналіз ємності ринку в обраній категорії (сегменті) – це розмір ринку певного товару або послуги, виражений в сукупному обсязі продажів товару за розрахунковий період; або загальний попит на категорію товарів, виражений в купівельній спроможності населення.

Розробка стратегії ВТМ. На сьогодні виділяють три основні стратегії розвитку власних торгових марок: демпінг, заміщення конкурента, розширення бренду. Виходячи з обраної стратегії, формуються інші вимоги до товару.

Аналіз виробників, проведення переговорів, аудит виробництва.

Економічний розрахунок процесу – інформація, що обґрунтовує економічну доцільність створення продукту або послуги, містить аналіз витрат необхідних ресурсів для передбачуваних результатів будь-якого проекту.

Розробка стратегії виведення і просування продукту на ринку, вироблення ефективного плану просування продукту і компанії. Розробка

стратегії – це створення загального плану розвитку компанії, який складається з ряду довгострокових рішень по пріоритетним для компанії напрямками. Головна мета розробки стратегії – ефективно використання наявних ресурсів організації для досягнення головної мети, допомагає оперативно реагувати на мінливі умови ринку.

Проведення тендеру на виробництво і постачання, після узгодження умов про ціну та обсяги виробництва необхідно провести дослідження виробничих можливостей і надійності постачальника.

Підписання відповідних договорів з урахуванням умов і термінів кожного етапу процесу.

Розробка та затвердження відповідної документації ТУ, специфікації, дизайну, виробництво упаковки.

Проведення виробничих тестів.

Закупівля сировини для виробництва.

Замовлення і виробництво.

Доставка.

Всі учасники таких торгівельних відносин одержують значний ряд переваг [2].

Переваги для виробника:

прогнозований обсяг виробництва.

оптимізацію логістичних та складських витрат.

передоплату або фіксовану відстрочку з дотриманням фінансової дисципліни.

скорочення витрат на збут.

додатковий прибуток.

лояльність мережі до виробника.

Переваги для торгової мережі:

більш високий прибуток, ніж від відомих розкручених марок;

налагоджені і безперебійні поставки товару в магазини;

можливість гнучко вибудовувати цінову політику різного виду товарів;

значне розширення асортименту товару, що продається;

унікальність запропонованої продукції;

залучення нових покупців;

позитивний імідж компанії, що йде в ногу з часом.

Переваги для споживача:

якісний товар за ціною нижче на 20-30% аналогічного;

більш широкий вибір товарів;  
ексклюзивні товари.

Таким чином, власні торгові марки стали ефективним інструментом, здатним зміцнити лояльність покупців, надати їм ексклюзивні продукти і в підсумку збільшити прибуток торгових мереж, додатковий прибуток для виробників, і для споживачів широкий асортимент по нижчим цінам.

*Список використаних джерел*

1. Privatelabel в Україні: рух та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://konkurent.in.ua/publication/3810/private-label-v-ukrayini-ruh-ta-perspektivi/>
2. Голушубова Н. Розвиток торговельних мереж України / Н. Голушубова // Ринкові дослідження. – 2011. – № 1. – С. 15-23.

к.е.н., доцент Красовська О.Ю., магістрант Обрядіна Ю.І.

*Університет імені Альфреда Нобеля*

## **АНАЛІЗ МАКРОСЕРЕДОВИЩА УКРАЇНСЬКОГО ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА**

Фармацевтична галузь України включає в себе виробництво лікарських засобів і виробів медичного призначення, оптову і роздрібну торгівлю, спеціалізоване зберігання і розподіл (дистрибуцію) за допомогою налагодженої збутової мережі (аптеки, аптечні пункти тощо). Фармацевтична галузь у розвинутих країнах належить до числа найбільш динамічних і рентабельних, але водночас виступає як особливий сегмент ринку, що регулюється державними органами влади, а також контролюється страховою медициною. В останні роки фармація починає інтегруватися зі сферою медичних послуг [1].

Фармацевтична галузь посідає значне місце і в економіці України, оскільки є важливим сегментом національного ринку, багато в чому визначає національну і оборонну безпеку країни, відрізняється великою наукоємною і розвиненою кооперацією.

На фармацевтичному ринку сьогодні наявна продукція понад 300 виробників з країн далекого зарубіжжя, країн СНД і Балтії, а також 160 вітчизняних виробників, серед яких 22 виробники, що займалися виробництвом лікарських засобів ще за часів Радянського Союзу [3].

На діяльність компанії на ринку впливає безліч факторів, що визначають її положення на ринку та впливають на її поведінку. Розуміння розміру ринку і його сегментації є цінним чинником, але ключ до ефективної стратегії цільових продажів - це знання про те, наскільки цінними є конкретні групи споживачів, а також можливість і здатність кількісної оцінки впливу споживчих тенденцій на рівень продажів. [4, с.30]

Нижченаведені фактори макросередовища здійснюють прямий чи опосередкований вплив на діяльність української фармацевтичної компанії на ринку (табл. 1).

*Таблиця 1*

### **Дослідження впливу факторів макросередовища на діяльність українського фармацевтичного підприємства**

Група факторів	Фактори	Прояв фактора	Вплив на підприємство	Можлива реакція з боку підприємства
1. Політичні фактори	1. Рівень правової стабільності	Низький рівень правової стабільності здійснює негативний вплив на господарську діяльність компанії	Високі ризики негативного впливу на ринок. Умови функціонування компанії та конкурентної боротьби недостатньо визначено на законодавчому рівні	Невелика можливість середньо- та довготермінового стратегічного планування, врахування мінімальних ризиків
2. Економічні фактори	1. Імпортна політика	Імпорт продукції	Недостатньо розвинена зовнішня політика, слабо налагоджені зовнішні зв'язки	Можливість імпортувати продукцію, збільшити частку ринку
	2. Стан економіки	Недостатньо розвинена економічна система, її повільне зростання	Недостатньо розвинена ринкова інфраструктура	Невелика можливість розвитку підприємства, його розширення та збільшення виробленої та реалізованої продукції
	3. Стан ринку	На ринку присутні декілька великих компаній	Можливість зайняти певну частку ринку, висока конкурентна боротьба	Підвищення якості продукції, зумовлене конкурентною боротьбою. Велика кількість споживачів
3. Соціально-культурні фактори	1. Чисельність населення	42,153 млн. осіб [2]	Велика кількість потенційних споживачів	Збільшення частки ринку завдяки великій кількості потенційних споживачів та зростанню попиту
	2. Рівень освіти	Високий рівень освіти	Вплив на діяльність компанії через зростання купівельної спроможності населення, яке має вищу освіту	Розширення ринків збуту, зростання прибутків
3. Соціально-культурні фактори	3. Рівень безробіття	Зниження рівня безробіття	Зменшення частки населення з низьким рівнем доходів	Збільшення обсягу продажів, прибутків
	4. Рівень життя	Рівень життя є недостатньо високим, проте спостерігається його зростання	Зростання цін на продукцію обмежило можливості населення, придбати її	Високий попит зумовлює зростання обсягів продажу та отримання високих прибутків
4. Технологічні фактори	Інновації та винаходи	Низька інноваційна здатність економіки	Розробка нових видів обладнання, енерго- та ресурсозберігаючих технологій	Можливість економії ресурсів та сировини у виробництві, зменшення витрат. Допомога у розробці інноваційних технологій



5. Фізичні фактори	1. Екологія	Недосконала система захисту навколишнього середовища	Висуваються високі вимоги до діяльності підприємств стосовно охорони екології на навколишнього середовища країни	Запровадження нових вимог до виробничого процесу, екологізація виробництва
--------------------	-------------	--	--	--

Як бачимо, вищенаведені фактори зовнішнього середовища здійснюють різний вплив на компанію: як позитивний (поступове відновлення економіки, зростання купівельної спроможності споживачів, розвиток нових технологій), так і негативний (зменшення кількості населення в країні, нестабільна політична та економічна ситуація).

Отже аналіз макросередовища української фармацевтичної компанії дозволяє розробити виважену маркетингову стратегію розвитку та підвищити ефективність роботи підприємства в умовах динамічного бізнес-середовища.

#### Література:

1. Бриф-аналіз фармринка: ітоги феvрля 2019 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.apteka.ua/article/495299>
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Суперечливі тенденції розвитку фармацевтичної промисловості України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.visnyk.vntu.edu.ua>
4. Жилюк Т.Р. Ефективність виведення нового товару на ринок: методологічні основи/ Т.Р. Жилюк // Стратегічні орієнтири. – 2016. - № 7.

**К.е.н., доцент Курочкіна І.Г., магістрант Васильєв В.Ю.**  
*Університет імені Альфреда Нобеля*

### **ПОРТФЕЛЬНИЙ АНАЛІЗ КОМПАНІЇ «ІНТЕРФОМ»**

СБО (СХП) - зона бізнесу, що охоплює певну сферу діяльності компанії і характеризується:

- певним колом споживачів, постачальників, конкурентів;
- певним видом товарів або послуг;
- певною організаційною структурою (організаційна одиниця в межах компанії - підприємство, філія, магазин ітп).

СБО може також представляти: окрему торгову марку, продуктову лінію, товар.

Побудуємо матрицю БКГ (матриця Бостонської консалтингової групи).

Матриця БКГ визначає чотири основні позиції, в яких може перебувати бізнес (товари) підприємства (квадранти матриці), які отримали загально визнані нині маркетингові назви: «знаки питання», «зірки», «дійні корови», «собаки».

Побудуємо табл. 1, в яку занесемо дані компанії.

Таблиця 1

#### Вихідні дані для побудови матриці БКГ

СГП	Обсяг продажу СГП, млн. грн.	Реальна місткість ринку, млн. грн.	Обсяг продажу основного конкурента, млн. грн.	Темп росту ринку, %	Частка ринку СГП, %	Частка ринку основного конкурента, %	Відношення частки ринку
Стандартний (ST)	6,10	13,50	2,04	22	37,8	15,1	2,50

Продовження таблиці 1

Підвищеної жорсткості (EL)	3,34	7,50	1,13	15	44,5	15,07	2,95
Жорсткий (HL)	2,11	5,30	1,10	13	39,82	20,75	1,91
Високоеластичний (HR)	1,47	5,70	1,45	10	25,79	25,44	1,01
М'який (HS)	1,01	3,60	0,34	11	28,05	9,45	2,97

Складено авторами за результатами дослідження

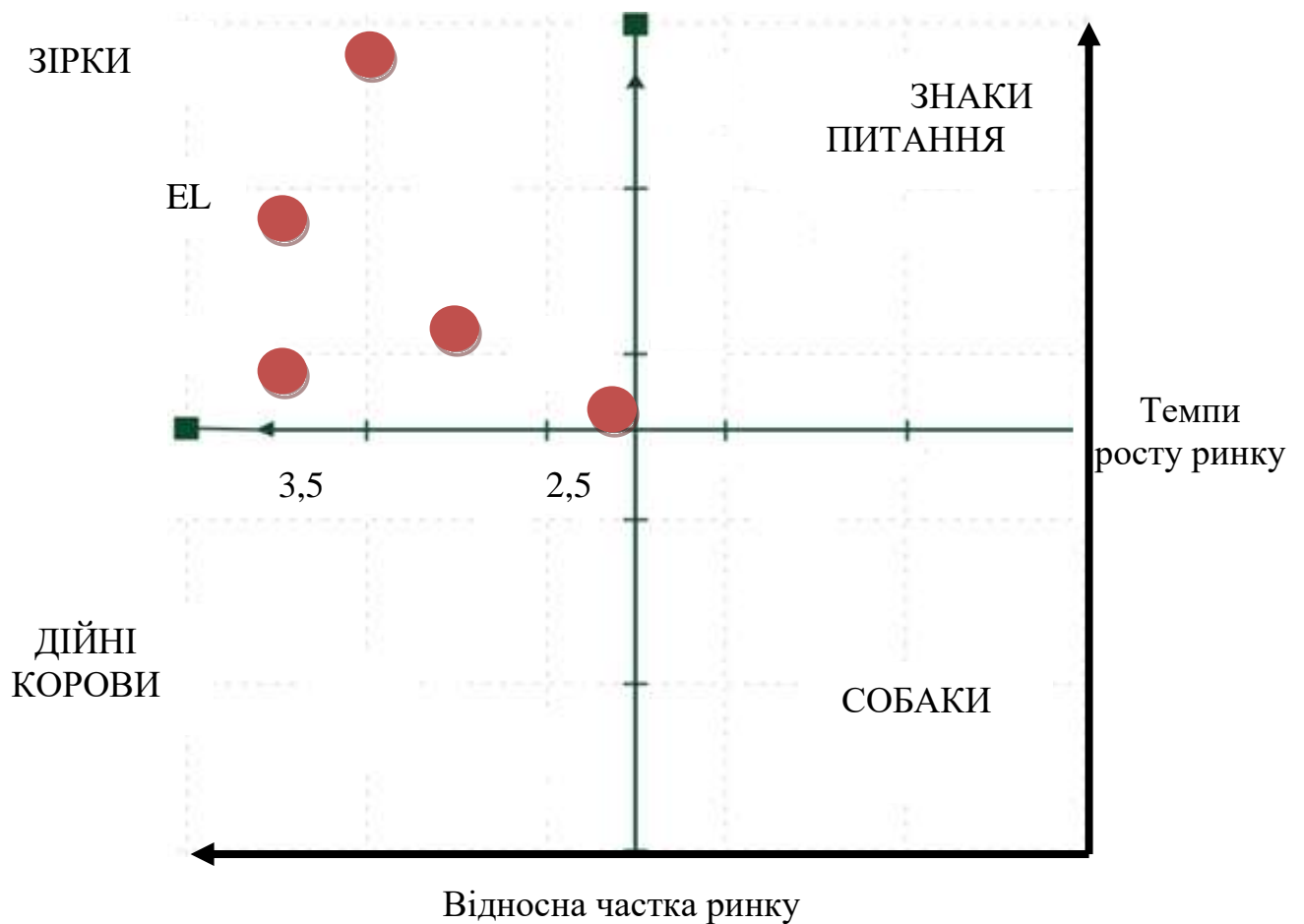


Рис. 1. Матриця БКГ

Складено авторами за результатом дослідження

Можна зробити висновок, що всі товари компанії «ІНТЕРФОМ» відносяться до категорії «ЗІРКИ». Для них потрібно використовувати стратегію підтримки і посилення конкурентних переваг, а отже компанія має інвестувати кошти у розвиток свого товару.

Отже, виходячи с цього маркетингові цілі будуть такі:

- 1) розширення обсягу продажів і ринків збуту, збереження займаної частки на ринку або ж її зростання;
- 2) отримання більшого прибутку;
- 3) підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства та окремих товарів;
- 4) збереження і підвищення якості продукції, що випускається;
- 5) удосконалення технічної бази підприємства.

Головною стратегічною метою компанії «ІНТЕРФОМ» є збереження лідерських позицій на ринку продажу пінополіуретану на території України та зміцнення своїх позицій на ринках Європи та Азії.

Для досягнення цих цілей, компанії варто удосконалювати свою роботу рік за роком, звертати увагу на планування і прогнозування діяльності та створити певний контролюючий орган на базі підприємства, котрий буде за це відповідати.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Котлер Ф. Маркетинговий менеджмент/Ф. Котлер - М.: Прогресс, 2007.
2. Осовська Г. Стратегічний менеджмент: теорія та практика: Навчальний посібник/ Галина Осовська, Олександр Фіщук, Ірина Жалінська,. - К.: Кондор, 2003.
3. Полторак В.А. Маркетингові дослідження [текст] навч. посіб. 3-тє вид. перероб та доповн./ В.А.Полторак, І.В.Тараненко, О.Ю.Красовька – К. : «Центр учбової літератури», 2014.

## Счетоводство и одит

**К.е.н. Булкот Г.В., студентка Німак Ю.А.**

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

### **ОСОБЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

Основні засоби — «добрі та вірні друзі» кожного підприємства. Без їх участі якась господарська діяльність навряд чи можлива. Вони й у виробництві, і при збуті допоможуть, і для адміністративної діяльності будуть корисні. Отже, без них ніяк! Тому, щоб отримувати позитивні результати, потрібно постійно здійснювати контроль за основними засобами. Також дуже важливо вчасно робити аналіз забезпеченості виробництва основними засобами, перевіряти їх технічний стан і використання, оцінювати їх вплив на зростання обсягу продукції, зниження собівартості продукції і, як наслідок, збільшення прибутку від реалізації продукції.

Головним завданням контролю основних засобів є сприяння мінімізації ризику підприємств стосовно неефективного використання об'єктів основних засобів, розробки дієвого механізму їх збереження, доцільності використання обраного методу нарахування амортизації та уникнення можливості нарахування штрафних санкцій за порушення податкового законодавства щодо обліку основних засобів.

Для контролю використання основних засобів використовують різні показники. Наприклад, щоб визначити забезпеченість основними засобами використовують фондомісткість, фондоозброєність та коефіцієнт реальної вартості основних засобів у майні підприємства. Для оцінки стану - коефіцієнт зносу, придатності, оновлення, вибуття та приросту основних засобів. До показників ефективності використання основних засобів – фондівіддача та рентабельність основних засобів. Як бачимо, показників дуже багато, і їх слід розраховувати постійно та систематично, щоб уникнути небажаних сюрпризів, поломок та іншого [1].

Контроль основних засобів здійснюється за допомогою документального і фактичного прийомів, а також розрахунково-аналітичних методів контролю [2].

Внутрішній контроль основних засобів здійснюється на всіх етапах виробництва і не може існувати відокремлено від контролю всієї діяльності

підприємства. Тому доцільно поділити його на такі етапи: організаційно-правовий; документально-аналітична перевірка надходження ОЗ; Документально-аналітична перевірка використання та відтворення ОЗ; Документально-аналітична перевірка операцій реалізації, вибуття ОЗ; Перевірка достовірності відображення даних про ОЗ у звітності; Узагальнення результатів перевірки [2].

Основні засоби суттєво впливають на діяльність підприємства в цілому, тому контроль за станом їх збереження, наявності й ефективності використання повинен бути ретельним, повним, достовірним, обґрунтованим та відповідати чинному законодавству.

На сьогодні контроль основних засобів є неідеальним, і має багато ще не вирішених проблем. До таких проблем належать нераціональне вдосконалення системи амортизації, похибки в інформативності первинних документів з обліку основних засобів, низький рівень інформаційного забезпечення управління матеріально-технічною базою, проблеми аналізу ефективності використання основних засобів і можливості її прогнозування [3].

Для побудови ефективної системи внутрішньогосподарського контролю основних засобів потрібно враховувати аналіз основних засобів за минулий період, аналіз структури та стану основних засобів, контроль за формуванням амортизаційної політики підприємства, контроль за своєчасним оновленням основних засобів підприємства, контроль за використанням основних засобів підприємства, внутрішній контроль використання основних засобів [4].

Для вдосконалення контролю за основними засобами потрібно перш за все удосконалити методику аналітичного обліку надходження основних, розробити бухгалтерську модель економічного механізму амортизації, удосконалити методику обліку витрат на ремонти основних засобів, а також розробити моделі залежності експлуатаційних витрат від віку устаткування, яка дозволить визначити доцільність проведення ремонту основних засобів. Отже, удосконалення внутрішньогосподарського контролю основних засобів дозволить підприємству раціонально побудувати загальну систему внутрішнього контролю, допоможе зберегти стан та раціональне використання основних засобів, а також принесе позитивні економічні вигоди у майбутньому.

## Література:

1. Фурса В.В., Кулик В.В. Шляхи підвищення ефективності використання основних засобів суб'єкта господарювання. *Матеріали студентської наукової*

конференції *Полтавської державної аграрної академії*, Полтава, 25-26 квітня 2018р. Том I. – Полтава: РВВ ПДАА, 2018. С. 398.

2. Бондаренко Н.М., Шачаніна Ю.К. Організація внутрішньогосподарського контролю використання основних засобів на вітчизняних підприємствах та шляхи його вдосконалення. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2017. Випуск 23(3). 2017. С. 119-122.

3. Зінченко О.В., Помінчук В.Г. Організація обліку основних засобів: напрямки удосконалення. *Перспективи інноваційного розвитку економіки: сучасні підходи та напрями* : матеріали доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, Ужгород, 17-18 листопада 2017 р. С. 63-67.

4. Сусіденко Ю.В., Столяр Г.К. Методика та напрями удосконалення контролю основних засобів у системі управління суб'єктами господарювання». XXII Міжнародна наукова конференція (Москва - Астана - Харків - Вена, 28 липня 2017). URL : <https://www.inter-nauka.com/issues/conf-2017/july1/2836>.

**К.е.н. Булкот Г.В., студентка Варич О.Р.**

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

## **ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ, УСТАНОВАХ УКРАЇНИ**

Одним із найважливіших чинників фінансової стабільності підприємства є стан дебіторської заборгованості, що виникає в ході здійснення економічних взаємовідносин з іншими суб'єктами господарювання. Тому важливо проводити постійний контроль дійсного стану дебіторської заборгованості з метою забезпечення мінімальних гарантій для користувачів фінансової звітності відносно достовірності, реальності, повноти і законності приведеної про неї інформації.

На сучасному етапі активізації ринкових відносин організація контролю розрахунків із дебіторами має стратегічне значення для суб'єктів господарювання. Стабільне функціонування підприємств в умовах трансформаційних змін ринкової економіки потребує теоретичного обґрунтування та практичного впровадження високоефективної системи контролю дебіторської заборгованості, яка буде сприяти надходженню та обробці якісної інформації для потреб управління і пошуку на цій основі способів підвищення прибутковості підприємства і зміцнення його конкурентних позицій на ринку.

Дебіторська заборгованість має значну питому вагу у складі поточних активів і впливає на фінансовий стан підприємства.

Безконтрольне зростання дебіторської заборгованості – досить поширене явище в умовах кризи неплатежів. Система контролю, у даному випадку, має величезне значення, тому що без неї сума дебіторських заборгованостей може перевищити допустимий рівень, що призведе до зниження потоку готівки і до появи сумнівних боргів, які, у свою чергу, значно знизять загальний виторг, а отже, і прибуток від реалізації продукції. Часто виникає потреба корекції дій, іноді добре налагоджена система контролю за дебіторськими заборгованостями є єдиним засобом простеження ситуації на цій дільниці.

Таким чином, метою контролю дебіторської заборгованості є – з'ясувати чи: операції, які пов'язані продажем товарів чи наданих послуг, є дійсними; налагоджується система спостереження за строками оплати платежів;



контролюється виконання договірних відносин; виявляються резерви зростання платоспроможності підприємства та контролюються результати виконання оптимізаційних управлінських рішень; вчасно і точно реєструються операції з продажу товарів чи надання послуг у відношенні рахунка, суми і періоду; відповідають грошові надходження балансовим рахункам дебіторів; затверджується і реєструється повернення товарів замовниками точно у відношенні рахунка, суми і періоду; усі замовлення відповідним чином затверджуються з урахуванням ризику не платежу, сумнівні рахунки визнаються і забезпечуються вчасно.

Для ефективного управління дебіторською заборгованістю підприємство має здійснювати її внутрішній контроль, а саме: попередній, поточний і підсумковий.

На попередньому контролі оцінюється платоспроможність потенційних покупців з метою зниження ризиків непогашення дебіторської заборгованості.

Поточний контроль дебіторської заборгованості безпосередньо пов'язаний із бухгалтерським обліком, який ґрунтується на виконанні платіжної дисципліни по підписаним договорам купівлі-продажу, субпідряду на виконання робіт.

Прийняття рішення на підсумковому етапі має бути комплексним, власник підприємства має володіти детальними результатами попереднього і поточного контролю та економіко-математичного аналізу. При цьому необхідно зауважити, що важливим кроком є виконання прийнятих рішень і аналіз їх наслідків для суб'єкта підприємницької діяльності.

Враховуючи високі темпи інфляції, що характеризують сучасну економіку України, іммобілізація значної частини коштів підприємства у дебіторській заборгованості не тільки сповільнює фінансовий цикл підприємства, але є і вкрай не вигідною.

Отже, контроль дебіторської заборгованості є одним з ключових завдань у вирішенні проблем, що виникають під час поточного управління підприємствами, зокрема з позиції оптимального співвідношення між ліквідністю та прибутковістю.

#### Література:

1. Бузова Т. А., Волошина В. В. Проблеми та перспективи розвитку системи внутрішнього контролю дебіторської заборгованості на підприємствах. [Науковий вісник Миколаївського державного університету імені В. О.](#)

Сухомлинського. Економічні науки. 2014. Випуск 5.3 (112). С. 11-15. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmduce\\_2014\\_5.3\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvmduce_2014_5.3_4)

2. Меліхова Т.О. Методичні засади проведення внутрішнього контролю розрахунків з покупцями та замовниками для підвищення ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства. *Агросвіт*. 2019. № 9. С.17-24. URL: <http://www.agrosvit.info/?op=1&z=2875&i=2>

3. Закревська О.Ю. Проблеми бухгалтерського обліку дебіторської заборгованості у торговельних підприємствах. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2015. Вип. 1 (31). С.143-154.

4. Паянок Т.М. Система внутрішнього контролю дебіторської заборгованості: напрями вдосконалення. *Проблеми теорії та методології бухгалтерського обліку, контролю і аналізу*. 2019. Вип. 1 (42). С. 58-63.

**К.е.н. Булкот Г.В., студентка Поліщук К.О.**

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

## **ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ, ОРГАНІЗАЦІЯХ УКРАЇНИ**

За чинним законодавством України: фінансова інвестиція — це господарська операція з придбання корпоративних прав, цінних паперів, деривативів та інших фінансових інструментів. Інвестування вільних коштів у фінансові інструменти передбачає різні цілі, головними з яких є: одержання в майбутньому доходу, перетворення вільних заощаджень на високоліквідні цінні папери, контроль над підприємством-емітентом тощо [2].

Контроль є однією з основних функцій управління і представляє собою систему постійного спостереження і перевірки роботи підприємства з метою оцінки обґрунтованості та ефективності прийнятих управлінських рішень. Як відомо, контроль поділяється на попередній, поточний та наступний. При попередньому контролі фінансових інвестицій перевіряються елементи облікової політики, а саме: визнання та оцінка фінансових інвестицій, критерії віднесення фінансових інвестицій до поточних та довгострокових. Під час поточного контролю відбувається відображення фінансових інвестицій в первинних документах, на рахунках бухгалтерського обліку, в реєстрах обліку та звітності. Під час наступного контролю досліджуються порушення у веденні обліку фінансових інвестицій.

Основними методичними прийомами, які доцільно використовувати при здійсненні внутрішнього контролю фінансових інвестицій, є: економічний аналіз, інформаційне моделювання, статистичні розрахунки, вибіркові та суцільні спостереження, контрольні заміри робіт, інвентаризація. Особливість методичних прийомів контролю полягає у застосуванні розрахунково-аналітичних прийомів, камеральних перевірок, для дослідження якості виконання планів капітальних вкладень, впровадження нової техніки, виявлення невикористаних резервів інвестицій [1].

Також важливе значення в процесі контролю відіграє застосування такого методичного прийому, як зустрічна перевірка документів в установах банку, що

стосуються операцій з фінансовими інвестиціями, оскільки це дасть змогу уникнути порушення законодавства, здійснення крадіжок. При дослідженні організації системи контролю за реалізацією інвестиційної програми важливим прийомом контролю є порядок встановлення відхилень від показників, які заплановані. Важливість цього прийому в організації контролю уможливорює вчасно виявляти реальний розмір відхилень, проаналізувати причини їхнього виникнення, розробити рекомендації і вжити необхідних заходів для їх усунення. Ще одним важливим методичним прийомом при здійсненні контролю фінансових інвестицій є інвентаризація. Інвентаризація фінансових інвестицій проводиться шляхом перевірки наявності цінних паперів, перевірки в установчих та інших документах даних про паї та внески до статутних капіталів спільно створених підприємств і депозитаріїв.

При вивченні операцій з фінансовими інвестиціями контролеру необхідно перевірити: наявність фінансових інвестицій та умови їх збереження; документальне оформлення; наявність необхідних реквізитів; наявність санкціонування керівництвом підприємства, договірне забезпечення; дотримання умов договору про оплату послуг депозитарію; визначення складу і структури фінансових інвестицій (залежно від призначення і сутності); правильність віднесення та відображення фінансових інвестицій.

Здійснення контролю операцій з фінансовими інвестиціями необхідно проводити з документальної перевірки. В першу чергу слід перевірити правильність заповнення первинних документів, їх відповідність вимогам чинного законодавства, наявність усіх реквізитів, печаток та підписів та відповідність даних первинних документів даним реєстрів обліку. Далі проводимо арифметичну перевірку Журналу №4, щоб переконатися у правильності здійснених записів. Наступним етапом є арифметична перевірка даних Головної книги за рахунком 14 «Довгострокові фінансові інвестиції», 35 «Поточні фінансові інвестиції» та звірка даних головної книги з реєстрами обліку. На останньому етапі проводимо перевірку відповідності даних Головної книги даним зазначеним у звітності [3].

Загалом, слід підкреслити, що вмiла організація контролю є достатньо дієвим важелем забезпечення ефективності функціонування підприємства в умовах ринку. Щодо фінансових інвестицій, дослідження основних етапів його здійснення, дозволяє вдосконалити не лише організаційні, але й виробити певні методичні підходи, що спрощують процедури, зменшують час, який затрачають контролери для перевірок. Запропонований механізм передбачає здійснення попереднього, поточного та наступного контролю і є підставою для формування на підприємстві ефективної системи внутрішнього контролю. Побудова

ефективно функціонуючої системи внутрішнього контролю фінансових інвестицій дозволить оперативно приймати інвестиційні рішення, що є складним та багатоступеневий процесом, який знаходиться під впливом багатьох факторів і вимагає подальшого дослідження.

### Література:

1. Здреник В.С. Внутрішній контроль операцій з фінансовими інвестиціями: методика здійснення. *Міжнародний науково-виробничий журнал. Сталий розвиток економіки*. 2013. № 4(21). С.367-374.
2. Фінансові інвестиції та їх класифікація. Прямі і портфельні інвестиції. Особливості обліку фінансових інвестицій. URL : <https://buklib.net/books/22305/>.
3. Пономаренко Є. Б. Бухгалтерський облік і контроль операцій з фінансовими інвестиціями: теорія і методика : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.09. Житомир, 2012. 21 с.

**Doctor of Economic Sciences, Associate Professor Tkachenko Serhii, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor Poliakova Yevheniia, Teacher Tkachenko V'yacheslav, Teacher Tkachenko Svitlana**  
*«International Technological University «Mykolayiv Polytechnics», Ukraine*  
**Doctor of Economic Sciences, Professor Potyshniak Olena**  
*Kharkiv Petro Vasylenko National Technical University of Agriculture, Ukraine*

## **THE SOLUTION TO THE GENERAL PROBLEM OF IMPROVING THE METHODOLOGY OF THE SUBSYSTEM OF ANALYTICAL PROCESSING OF TECHNICAL AND ECONOMIC INFORMATION**

In the era of rapid development of the productive forces of our society, which is the result of scientific and technological progress, production management methods must be constantly subordinated to the continuous process of their improvement and adaptation to new life requirements. The foregoing fully applies to the methodology of analytical processing of technical and economic information on the activities of scientific and production associations and industrial enterprises, which plays the role of a working tool in managing production efficiency and quality of work. In this regard, the following main comprehensive tasks that should be in the focus of attention of specialists in economic analysis in the coming years can be noted: First, strengthening the connection with routine analytical support and management decisions and identification of both current and prospective reserves; Secondly, the development of methods and models for the study of the most important areas of intensification of post-industrial production; Third, further improve the objective evaluation of methods of operation of all parts of the national economic system and economic groupings to strengthen the industrial and economic interest and the scientific validity of the material and moral incentives; Fourthly, increasing the efficiency of integrated economic analysis based on the search and development of methodological solutions that meet modern concepts of building systems for modern information processing and more.

Existing practice methodological materials for analytical processing of technical and economic information is not yet fully meet the requirements arising from these problems. The disadvantages of the currently used methods of integrated economic analysis are noted by many authors [1, 2 and others], the main ones are the following: The lack of a clear essential characteristic of the models for the analysis of extensive and intensive factors in the development of production; Insufficient attention to the factors of development of production associated with scientific and technological progress; Insufficient elaboration of models for analysis of reserves for saving

production resources; Insufficient use of methodological prerequisites that would allow us to choose and develop measures for the optimal business option; Studying tensions weak and the reasonableness of targets; Insufficient adherence to the systematic approach, manifested in the duplication of the analysis of some indicators and criteria for optimality (quality); Insignificant analysis coverage of the pre-design and design stages of production, as well as the stage of introducing innovations in industrial production, poor coordination of the results of the analysis with goals, objectives, depth and timing with management needs; Weak organizational and technological connection analysis performed at different levels of the hierarchy of production management; Poor orientation to economic and mathematical methods and the use of electronic digital machines; Insufficient development and reflection in models of various types of economic analysis, the interconnections between them, and much more.

Elimination of the above and other shortcomings should be carried out within the framework of solving the general problem of improving the methodology of the subsystem for analytical processing of technical and economic information, taking into account the complex requirements of the current stage of development of the country's national economic system. It is a matter of ensuring that the methodology of the function of economic and analytical support proceeds from the most important principles of post-industrial production, and first of all from the comparison of costs and results for their subsequent evaluation according to modern criteria of optimality (quality) of industrial and economic necessity. The solution to this problem is multifaceted and necessitates a creative (creative) approach to creating an analysis technique, to constructing a scheme for its implementation at various levels of management of modern information-oriented production.

Qualitative changes taking place in our economic system, urgently require a new approach to the methodology of analytical processing of technical and economic information and to criteria for assessing the effectiveness of industrial and economic activities of industrial enterprises and scientific and production associations of the country. In the methodology, special attention should be paid to the main aspects of the development of production, which in modern conditions are especially important for increasing its economic efficiency. At the present stage, not only the study of the fulfilment of indicators and criteria of optimality (quality) envisaged by the plans, as was the case in the relatively recent past, but the study of the scientific validity and intensity of planned tasks, the study of the dynamics of the growth of economic efficiency of industrial production as a result of introducing the achievements of scientific and technological progress, improving the quality characteristics and

technical parameters of finished products, making full use of I have all the internal reserves and potential opportunities for intensifying industrial production.

Inventory (list) of used thematic literature sources:

1. *Potyshniak O., Dobuliak L., Filippov V., Malakhovskiy Y., Lozova O.* Assessment of the Effectiveness of the Strategic Management System of Investment Activities of Companies. *Academy of Strategic Management Journal* (Print ISSN: 1544-1458; Online ISSN: 1939-6104). 2019. Volume 18. Issue 4. pp. 1-5. URL: <https://www.abacademies.org/articles/assessment-of-the-effectiveness-of-the-strategic-management-system-of-investment-activities-of-companies-8384.html> (1939-6104-18-4-408) (Last accessed: 03.01.2020).

2. Tkachenko S., Shatskaya Z., Dashchenko N., Mu J., Malakhovskiy Y. *Organizational Maintenance of Internal Control of Electronic Money at the Enterprise*. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal* (Print ISSN: 1096-3685; Online ISSN: 1528-2635). August 2019. Volume 23. Special Issue 2. pp. 1-5. URL: <https://www.abacademies.org/articles/organizational-maintenance-of-internal-control-of-electronic-money-at-the-enterprise-8408.html> (1528-2635-23-SI-2-432) (Last accessed: 03.01.2020).



## Математически методи в икономиката

**К.э.н., профессор Вардиашвили Н.Н, магистрант Макишова Д.В.**  
*Костанайский государственный университет им.А.Байтурсынова, аграрно-технический институт, Казахстан*

### МАТЕМАТИКО-СТАТИСТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ АГРАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Агропромышленный комплекс Казахстана – это один из стратегически важных секторов экономики, который имеет хорошие перспективы для развития страны. Членство Казахстана в международных экономических организациях открывает новые возможности и при этом предъявляет высокие требования к конкурентоспособности производимой продукции, как на внутреннем, так и на внешних рынках. В настоящее время в Казахстане проводится большая политика в области развития агропромышленного комплекса [1].

Вместе с тем, на современном этапе развития агропромышленного комплекса Казахстана одним из актуальнейших вопросов является анализ и оценка его финансового положения. По сравнению с Российской Федерацией, в рамках казахстанской экономики нет утвержденных методов по определению финансовой устойчивости предприятий на *государственном уровне* [2]. В этом контексте возникает объективная необходимость выявления тенденций развития финансового состояния и перспективных финансовых возможностей крестьянских хозяйств в Казахстане.

Предлагаемый нами подход, даёт возможность с помощью статистического и математического моделирования определять *оптимальную финансовую устойчивость предприятия* [3].

Суть предлагаемого подхода состоит в следующем:

определяются коэффициенты и факторы непосредственно и опосредованно влияющие на финансовую устойчивость аграрного предприятия;

с помощью корреляционно – регрессионного анализа выбираются значимые факторы для коэффициентов финансовой устойчивости, формируются уравнения регрессии для их прогнозирования;

формируется оптимизационная модель, включающая в себя коэффициенты финансовой устойчивости и значимые факторы в виде ограничений и переменных;

расчеты с использованием оптимизационной модели позволяют получить оптимальные значения коэффициентов финансовой устойчивости и значимых факторов.

Предлагаемый в данной статье подход апробирован на примере крестьянского хозяйства «Аман». Данные для расчётов взяты за 11 лет.

В рамках позволили получить следующие результаты:

выявлены значимые факторы, влияющие на значения коэффициентов, используемых при анализе финансовой устойчивости аграрного предприятия;

задача решалась с разными целевыми функциями. Наилучшее оптимальное решение получено с целевой функцией на максимум денежных средств;

найлены оптимальные значения значимых факторов и самих коэффициентов, определяющих финансовую устойчивость аграрного предприятия.

числовые значения рассчитанных коэффициентов, характеризующих финансовую устойчивость аграрного предприятия, входят в нормативные пределы;

Основные результаты предлагаемого нами метода приведены в таблицах 1,2.

Таблица 1

Сравнительный анализ значений коэффициентов финансовой устойчивости предприятия

Наименование коэффициента	Нормативное значение	Средние значения	Прогнозные значения	Оптимальные значения
---------------------------	----------------------	------------------	---------------------	----------------------

		коэффициент ов за последние 5 лет		
$K_{\text{автономии}}$	$K_{\text{авт}} \geq 0,5$	0,65	0,66	0,65
$K_{\text{обесп.соб.средствами}}$	$K_{\text{осс}} \geq 0,1$	0,04	0,04	0,06
$K_{\text{абсол.ликвидности}}$	$0,2 \leq K_{\text{а.л.}} \leq 0,7$	0,33	0,47	0,54
$*K_{\text{фнвчфзз}}$	$0,6 \leq K_{\text{фнвчфзз}} \leq 0,8$	0,66	0,68	0,7
$K_{\text{критической оценки}}$	$1,2 \leq K_{\text{к.о.}} \leq 1,5$	1,29	1,29	1,34
$K_{\text{маневренности}}$	$0,3 \leq K_{\text{м}} \leq 0,6$	0,34	0,35	0,46
$**K_{\text{фин. леведржа}}$	$K_{\text{ф.л.}} \leq 2$	0,92	0,93	0,85
* коэффициент финансовой независимости в части формирования запасов и затрат;				
** чем меньше значение коэффициента, тем лучше для финансовой устойчивости.				

Из таблицы 1 видно, что оптимальные значения коэффициентов финансовой устойчивости находятся в нормативных пределах и в основной своей массе превосходят средние и прогнозные значения.

Таблица 2

Сравнительный анализ значений факторов, влияющих на финансовую устойчивость агарного предприятия, тыс. тенге

Наименование факторов	Среднее значение факторов за последние 5 лет	Оптимальные значения	Отклонение
Собственный капитал	429440	438357	8917
Активы	623098	676215	53117
Внеоборотные активы	420313	426530	6217
Оборотные активы	180442	202140	21698
Денежные средства и быстрореализуемые ценные бумаги	2158	3412	1254
Итого краткосрочные обязательства	6304	6304	0
Запасы	13440	17101	9115
Денежные средства, быстрореализуемые ценные бумаги и краткосрочная дебиторская задолженность	8115	8456	341
Чистый оборотный капитал	156962	203014	106052
*Заемные средства	385536	373988	-11548
<i>*Чем меньше значение фактора, тем лучше для финансовой устойчивости</i>			

По таблице 2 можно сделать аналогичное заключение. Оптимальные значения большинства факторов лучше, а остальных - не ниже средних.

Таким образом, предложенный подход к определению оптимальной финансовой надежности предприятия имеет преимущества, поскольку позволяет определить оптимальные значения коэффициентов финансовой устойчивости и значимых факторов *во взаимосвязи одновременно*, с учетом ресурсных возможностей предприятия.

Использование оптимизационной модели позволяет оперативно рассчитывать показатели финансовой устойчивости предприятия, на основании значений которых, можно делать вывод о финансовой надежности предприятия.

Предлагаемая технология определения финансовой устойчивости:

- предназначена для использования в аналитической и планово - прогнозной финансовой деятельности предприятия;
- является универсальной и может использоваться для определения оптимальной финансовой устойчивости предприятий разных отраслей экономики [4].

#### Литература:

1. Информационно-правовая система нормативно правовых актов Республики Казахстан - Об утверждении Государственной программы развития агропромышленного комплекса Республики Казахстан на 2017 – 2021 годы - [Электронный Ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://adilet.zan.kz/rus/docs/P1800000423#z8>

[2. Интернет-портал министерства сельского хозяйства российской федерации // Постановление Правительства РФ от 30.01.2003 №52 \(ред. от 27.11.2014\) "О реализации Федерального закона "О финансовом оздоровлении сельскохозяйственных товаропроизводителей" \(вместе с "Методикой расчета показателей финансового состояния"\) – \[Электронный Ресурс\] – Режим доступа. URL: \[http://old.mcx.ru/documents/document/v7\\\_show/14756.133.htm\]\(http://old.mcx.ru/documents/document/v7\_show/14756.133.htm\)](#)

3. Д.В.Макишова, Н.Н.Вардиашвили; Информационные технологии и математико-статистическое моделирование в определении финансовой устойчивости аграрного предприятия - Сборник II Всероссийской научной конференции с международным участием "Информационные технологии в моделировании и управлении: подходы, методы, решения" 22-24 апреля 2019 г., - Тольятти: ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет», 2019. – с.268-272. Электронно - текстовые данные – Режим доступа: <https://sites.google.com/view/itmutgu/%D1%81%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA>

4. Вардиашвили Н.Н. Статистическое моделирование оценки степени производственно-финансовой устойчивости предприятий. – Анализ, моделирование и прогнозирование экономических процессов: Материалы 1V Международной научно – практической конференции, 15 декабря 2012 г. – 15 февраля 2013 г. – Воронеж: Издательство ЦНТИ, 2012, с.48-52.

**М.э.н. Елеусинова А.У.**

*Каспийский Общественный Университет*

## **ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ПРИ ИССЛЕДОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИТУАЦИЙ**

Любые исследования экономических процессов сопровождаются определенными математическими вычислениями, применяемыми к конкретной ситуации.

Как отметил ученый П.Н. Коробов: «Использование экономико-математических методов и электронно-вычислительной техники в целях оптимизации планирования и управления производством на разных уровнях вызывает все больший интерес у менеджеров и инженеров, научных работников и студентов к методологии постановки и математического моделирования различных проблем и задач, методике подготовки и решения их посредством методов математического программирования» [1, с.10].

Таким образом, оптимальное планирование производства осуществляется с помощью методов математического моделирования. Для решения таких задач зачастую самым эффективным бывает применение линейного программирования.

Как подчеркивает исследователь Алексеева Е. В. «Наиболее удобным и распространенным математическим инструментом при моделировании и решении оптимизационных задач является линейное программирование — специальный класс оптимизационных задач, в котором все отношения между переменными выражаются линейными функциями, а переменные принимают действительные значения. Преимущество этого класса в том, что разработаны универсальные алгоритмы для решения таких задач большой размерности» [2, с.7].

При этом ученый Большаков И.В. подчеркивает важность экономико-математической модели: «Для практического решения экономической задачи математическими методами прежде всего следует записать с помощью математических выражений (уравнений, неравенств и т.п.), т.е. составить экономико-математическую модель данной задачи)» [3, с.5].

Если же в исследовании необходимо выявить закономерность по имеющимся данным, то используется корреляционно-регрессионный анализ, первоначальным условием применения которого является проверка

предпосылок МНК. Выявление закономерности позволяет с определенной точностью давать точечные и интервальные прогнозы.

Интересны ситуации, в которых экономический показатель меняется со временем. Для выявления закономерности в указанном процессе применяют динамические (временные) ряды, когда рассматривается совокупность значений какого-либо показателя за определенное число последовательных периодов времени.

Временные ряды обязательно содержат такие элементы, как: период времени, за который приводятся числовые значения исследуемого признака, и непосредственно числовые значения признака, называемые уровнями ряда.

Каждый уровень временного ряда зависит от ряда составляющих: факторы, формирующие тенденцию ряда, факторы, формирующие циклические колебания ряда, и случайные факторы.

Модель, в которой временной ряд представлен как сумма перечисленных компонент, называется аддитивной моделью временного ряда. Модель, в которой временной ряд представлен как произведение перечисленных компонент, называется мультипликативной моделью временного ряда. Основная задача эконометрического исследования отдельного временного ряда – выявление и придание количественного выражения каждой из перечисленных выше компонент с тем, чтобы использовать полученную информацию для прогнозирования будущих значений ряда или при построении моделей взаимосвязи двух или более временных рядов [4, с.297 - 298].

Построение аддитивной и мультипликативной моделей сводится к расчету значений  $T$ ,  $S$  и  $E$  для каждого уровня ряда.

Процесс построения модели включает в себя следующие шаги.

Выравнивание исходного ряда методом скользящей средней.

Расчет значений сезонной компоненты  $S$ .

Устранение сезонной компоненты из исходных уровней ряда и получение выровненных данных  $(T + E)$  в аддитивной или  $(T \cdot E)$  в мультипликативной модели.

Аналитическое выравнивание уровней  $(T + E)$  или  $(T \cdot E)$  и расчет значений  $T$  с использованием полученного уравнения тренда.

Расчет полученных по модели значений  $(T + E)$  или  $(T \cdot E)$ .

Расчет абсолютных и/или относительных ошибок. Если полученные значения ошибок не содержат автокорреляции, ими можно заменить исходные уровни ряда и в дальнейшем использовать временной ряд ошибок  $E$  для анализа взаимосвязи исходного ряда и других временных рядов.



По полученной модели можно давать прогноз и анализировать дальнейшее развитие предприятия.

### Литература

1. Математическое программирование и моделирование экономических процессов. Учебник. / П.Н. Коробов. – Санкт - Петербургская Государственная лесотехническая академия им. С.М. Кирова, 2002 г., - 364 с.

2. Построение математических моделей целочисленного линейного программирования. Примеры и задачи: Учеб. пособие / Алексеева Е. В. - Новосиб. гос. ун-т., 2012 г., - 131 с.

3. Линейное программирование: Учебно-метод. пособие / И.В. Большакова, М.В. Кураленко., - Мн.: БНТУ, 2004 г., - 148 с.

4. Эконометрика: Учебник. / И.И. Елисеева, С.В. Курышева, Т.В. Костеева и др.; Под ред. И.И. Елисейевой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика, 2005. – 576.

## CONTENTS

### ИКОНОМИКИ

#### Икономиката на предприятието

Захарченко Л.А., Рейс С.В. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ЦИФРОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА.....	3
Елеусинова А.У., Есжанова Ж.Ж. РЫНОК УСЛУГ И ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УСЛУГ .....	7

#### Логистиката

Залесский Б. Л. ПОБРАТИМСТВО ГОРОДОВ КАК МОЩНЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА РЕГИОНОВ.....	9
Залесский Б.Л. МИНСК - ШАНХАЙ: ВЕКТОР ПОБРАТИМСКИХ СВЯЗЕЙ .....	13

#### Аграрна икономика

Есжанова Ж.Ж., Елеусинова А.У. МИРОВОЙ ОПЫТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ .....	16
---	----

#### Правителството регулиране на икономиката

Сауытжан Ә., Ахметова Л.М. ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫНДАҒЫ ЖАСТАР САЯСАТЫНЫҢ ДАМУ ТЕНДЕНЦИЯЛАРЫ.....	22
---	----

#### Външноикономическата дейност

Жумагелдиева С.М. ҚАЗАҚСТАННЫҢ ГЕОСАЯСИ ЖАҒДАЙЫНЫҢ БАСТЫ БАҒЫТТАРЫ .....	28
---	----

#### Финансови отношения

Кабатаева Б.С. ВАЖНОСТЬ И ВЛИЯНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ В ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КОММЕРЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ .....	32
---	----

#### Маркетинг и управление

Мостова А.Д., Зонова А.Е. ПРОСУВАННЯ БРЕНДУ У СОЦМЕРЕЖАХ НА ПРИКЛАДІ ТЕЛЕКАНАЛУ НА ОСНОВІ КОНКУРЕНТНОГО АНАЛІЗУ.....	38
Мостова А.Д., Сабетова А.М. СЕГМЕНТУВАННЯ РИНКУ НА ПРИКЛАДІ АСОРТИМЕНТУ КОМПАНІЇ TRUFF ROYAL .....	41
Куценко А.А., Орлова В.М. ЕТАПИ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ ТОРГОВОЇ МАРКИ ТА ЇЇ ПЕРЕВАГИ І ЗНАЧИМІСТЬ.....	44
Красовська О.Ю., Обрядіна Ю.І. АНАЛІЗ МАКРОСЕРЕДОВИЩА УКРАЇНСЬКОГО ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА .....	47

<b>Курочкіна І.Г., Васильєв В.Ю. ПОРТФЕЛЬНИЙ АНАЛІЗ КОМПАНІЇ «ІНТЕРФОМ»</b> .....	<b>50</b>
--	-----------

**Счетоводство и одит**

<b>Булкот Г.В., Німак Ю.А. ОСОБЛИВОСТІ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ</b> .....	<b>53</b>
--	-----------

<b>Булкот Г.В., Варич О.Р. ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ, УСТАНОВАХ УКРАЇНИ</b> .....	<b>56</b>
---	-----------

<b>Булкот Г.В., Поліщук К.О. ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ФІНАНСОВИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДПРИЄМСТВАХ, ОРГАНІЗАЦІЯХ УКРАЇНИ</b> .....	<b>59</b>
--	-----------

<b>Тkachenko Serhii, Potyshniak Olena, Poliakova Yevheniia, Tkachenko V'yacheslav, Tkachenko Svitlana THE SOLUTION TO THE GENERAL PROBLEM OF IMPROVING THE METHODOLOGY OF THE SUBSYSTEM OF ANALYTICAL PROCESSING OF TECHNICAL AND ECONOMIC INFORMATION</b> .....	<b>62</b>
--	-----------

**Математически методи в икономиката**

<b>Вардиашвили Н.Н., Макишова Д.В. МАТЕМАТИКО-СТАТИСТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ АГРАРНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ</b> .....	<b>65</b>
---	-----------

<b>Елеусинова А.У. ПРИМЕНЕНИЕ МАТЕМАТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ ПРИ ИССЛЕДОВАНИИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИТУАЦИЙ</b> .....	<b>71</b>
--	-----------

<b>CONTENTS</b> .....	<b>74</b>
-----------------------	-----------

\*277679\*  
\*277780\*  
\*277670\*  
\*277821\*  
\*277732\*  
\*277640\*  
\*277840\*  
\*276071\*  
\*277795\*  
\*277796\*  
\*277803\*  
\*277833\*  
\*277851\*  
\*277439\*  
\*277440\*  
\*277441\*  
\*277702\*  
\*277710\*  
\*277828\*