

**МАТЕРИАЛИ**  
**XIV МЕЖДУНАРОДНА НАУЧНА ПРАКТИЧНА**  
**КОНФЕРЕНЦИЯ**

**ACHIEVEMENT OF HIGH SCHOOL -**  
**2018**

17 - 25 November, 2018

**Volume 4**  
Икономики

София  
«Бял ГРАД-БГ ОДД»  
2018

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 XIV международна научна практическа конференция,  
Achievement of high school - 2018, 17 - 25 November, 2018 Икономика. :  
София.« Бял ГРАД-БГ » - 80 с.

За ученици, работници на проучвания.

Цена 10 BGLV

ISBN 978-966-8736-05-6

© Колектив на автори, 2018

© «Бял ГРАД-БГ» ООД, 2018

## ИКОНОМИКИ

### Икономиката на предприятието

**Ph.D. Ryzhakov D.A., post-graduate students: Koval T.S., Loktionova Y.F**  
*Kiev National University of Construction and Architecture, Ukraine*

#### **STRUCTURIZATION OF RISK IDENTIFIERS OF A CONSTRUCTION ENTERPRISE BY TYPE OF OPERATIONAL AND PRODUCTION ACTIVITIES AND ELEMENTS OF THE MICROENVIRONMENT**

Currently, construction companies have a problem adopting a corporate risk management program, which should include the main elements of the management system of the organization. Risk management of a construction organization involves organizational changes-the creation of a risk management committee, as well as the introduction of a risk management system-driven business process management system that involves specialists of all levels of management of a construction organization. An important investment of the corporate risk management program is the application of the risk identification and risk assessment methodology, which is determined by the risk management committee.

The determination of the critical nature of each of the identified risks is carried out in accordance with its nature. Determine the degree of exposure and the probability of occurrence of risks, establish ratings that take into account different types of risks, comparison of results risks in different departments of the organization, assessment of the importance of risks and promotion of the impact methodology. Criticality assessment for use in the organization of the overall system of security against risks.

Identification of risks is a definition (in the first place) and documenting the characteristics of risks that may affect the project. This process is iterative and continues throughout the life cycle of the project. It is better to start identification with the analysis of documentation (project plans, data on previous projects, contracts, etc.), which can give the main introductory. The source of risk information can be described (goals), assumptions, historical information, and so on. Different methods of collecting information, such as brainstorming, Delphi method, surveys and so on, can be used to identify risks. It is also possible to analyze checklists - list of risks that are possible for these projects.

At the end of this stage, a risk register is created, which contains: A list of risks with the required degree of detail; List of potential strategies for responding to identified risks. Once the identification of the risks has been carried out, it is necessary to conduct their qualitative and quantitative analysis, risk response planning, monitoring and risk control.

The effectiveness of risk management in a construction organization should be manifested in reducing the loss of material assets and financial resources. A high level of risk management relates, as a rule, to a 60 percent reduction in the company's alleged loss of value.

A high level of risk management is ensured by the presence of tasks and management procedures in business processes, as well as the presence of a corporate culture in a construction organization. When forming a corporate risk management program, risk assessment can be carried out according to the formula:

*Risk assessment = frequency of occurrence × probability of occurrence × cost of consequences.*

In some instances it is possible to begin an analysis of alternatives, generating cost and development estimates for potential solutions.

Once an approach is selected, more familiar risk management tools and a general project risk management process may be used for the new projects: A Planning risk management; Risk identification and monetary identification; Performing qualitative risk analysis; Communicating the risk to stakeholders and the funders of the project; Refining or iterating the risk based on research and new information; Monitoring and controlling risks.

At the same time, different variations in the values of the indicators are used in the calculation depending on the revealed features and established based on the best practices of the International Standards IEC / FDIS 31010: 2009 Risk Management - Risk Assessment techniques.

## Логістика

**Борисевич Є.Г., Драган К.Ю.**

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

### ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки виникає потреба досягнення підприємством стабільності на ринку та закріплення його позицій серед конкурентів. Вирішення цієї проблеми пов'язане із формуванням власної ринкової стратегії, проведенням постійних маркетингових досліджень, моніторингу мікро- і макросередовища фірми та виробленням певної моделі поведінки, що дасть змогу розвиватись та освоювати нові ринкові сегменти. Жорсткі умови конкурентної боротьби вимагають від підприємств застосування нових підходів до планування та управління рухом товарних потоків від виробника готової продукції до споживача, заснованих на принципах логістики, а зростання її ролі в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств зумовило необхідність перегляду визначення цього терміну. Логістика - це процес планування, реалізування і контролювання економічно ефективного переміщення і складування сировини, запасів незавершеного виробництва, готових виробів та пов'язаних з цим послуг та відповідної інформації з місця походження

Одночасне поліпшення логістичного обслуговування і зменшення логістичних витрат є доволі складним для виконання сучасними торговельними підприємствами. Тому необхідно сконцентрувати увагу на основній стратегічній цілі логістики згідно з проведеним стратегічним аналізом. процесу, являє собою *логістичне адміністрування*, тобто виконання основних функцій управління: планування, організації, регулювання, координації, контролінгу та інших для досягнення цілей логістичної системи.

Часто зустрічається і інше трактування поняття "логістичний менеджмент", відповідно до якої під логістичним менеджментом розуміється персонал фірми, керуючий логістичним процесом.

Персонал, задіяний в управлінні логістичними процесами, можна розділити на три групи:

- топ-менеджмент - вищий управлінський персонал, до якого відносять президента компанії по логістиці, директора з логістики, інтегрального логістичного менеджера, начальника відділу логістики і т.п .;

- середній рівень управлінського персоналу - керівники структурних підрозділів відділів або служб логістики, логісти середньої ланки з великим досвідом роботи, координатори функціональних областей логістики або ключових логістичних функцій, аналітики, провідні логісти;

- управлінський персонал нижчої ланки служби логістики - логісти з невеликим досвідом (стажем) роботи, інженери-логісти, аналітики-статистики, допоміжний персонал.

Основним завданням логістичного менеджменту є підтримання корпоративної стратегії фірми з оптимальними витратами ресурсів, а також забезпечення стійкості і стабільності підприємства на ринку за рахунок згладжування внутрішніх конфліктів між підрозділами постачання, виробництва, маркетингу, продажів, фінансів та ін., А також за рахунок оптимізації параметрів міжорганізаційних взаємин підприємства з постачальниками, споживачами та логістичними посередниками.

Формування логістичної стратегії становить комплексний, впорядкований та інтегрований процес, спрямований на отримання сукупних результатів системи в сенсі створення вартості і покращання рівня обслуговування для споживачів. Цей процес сконцентрований на отриманні сатисфакції клієнтів, враховуючи та передбачаючи їхні майбутні потреби.

Головна стратегія торговельного підприємства орієнтована на покращання ефективності функціонування матеріалопотоків підприємства. Логістична стратегія, як стратегія функціонального рівня тісно пов'язана з маркетинговою стратегією, становлячи певне доповнення одна одній. Цілі стратегій конкуренції торговельних підприємств збігаються з цілями логістичних стратегій, які скеровані на підвищення ефективності функціонування матеріалопотоків.

Основними логістичними стратегічними цілями торговельного підприємства, повинно бути покращання логістичного обслуговування, а також

оптимізація витрат матеріальних та інформаційних потоків. Отже, логістичну стратегію можна розглядати як поглиблення традиційної стратегії торговельного підприємства. Основними характеристиками сучасної логістичної стратегії фірми можна вважати наступні:

- узгодженість рішень усіх логістичних підсистем;
- послідовність і комплексність дій різних часових періодів;
- реальність і еластичність планів.

Основними елементами модельного подання логістичної стратегії є сукупність логістичних стратегічних рішень у сферах перебігу логістичних процесів закупівель, зберігання, транспортування і дистрибуції. Логістична стратегія має внутрішній вимір, охоплюючи реалізацію ефективних матеріальних та інформаційних потоків в межах торговельного підприємства; а також зовнішній – це зв'язки з оточенням в реалізації закупівель і дистрибуції товарів. Побудова логістичної стратегії для торговельних підприємств відбувається у кілька етапів:

- стратегічний аналіз логістичної системи підприємства;
- проектування моделі логістичної стратегії;
- реалізація стратегії;
- контроль за реалізацією стратегії

Таким чином, стратегічний аналіз полягає в діагностиці логістичної системи, в результаті якої повинні бути сформульовані ключові компетенції спіху, на які має спиратися логістична стратегія. Одночасне поліпшення логістичного обслуговування і зменшення логістичних витрат є доволі складним для виконання сучасними торговельними підприємствами, тому необхідно сконцентрувати увагу на основній стратегічній цілі логістики згідно з проведеним стратегічним аналізом.

***Список використаної літератури:***

1. Бутов А.М. Перспективи використання логістичних стратегій для забезпечення конкурентоспроможності підприємства . С. 124-131.

**Борисевич Є.Г., Драган К.Ю.**

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

## **ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ**

У сучасних умовах розвитку ринкової економіки виникає потреба досягнення підприємством стабільності на ринку та закріплення його позицій серед конкурентів. Вирішення цієї проблеми пов'язане із формуванням власної ринкової стратегії, проведенням постійних маркетингових досліджень, моніторингу мікро- і макросередовища фірми та виробленням певної моделі поведінки, що дасть змогу розвиватись та освоювати нові ринкові сегменти. Жорсткі умови конкурентної боротьби вимагають від підприємств застосування нових підходів до планування та управління рухом товарних потоків від виробника готової продукції до споживача, заснованих на принципах логістики, а зростання її ролі в забезпеченні конкурентоспроможності підприємств зумовило необхідність перегляду визначення цього терміну. Логістика - це процес планування, реалізування і контролювання економічно ефективного переміщення і складування сировини, запасів незавершеного виробництва, готових виробів та пов'язаних з цим послуг та відповідної інформації з місця походження

Одночасне поліпшення логістичного обслуговування і зменшення логістичних витрат є доволі складним для виконання сучасними торговельними підприємствами. Тому необхідно сконцентрувати увагу на основній стратегічній цілі логістики згідно з проведеним стратегічним аналізом. процесу, являє собою **логістичне адміністрування**, тобто виконання основних функцій управління: планування, організації, регулювання, координації, контролінгу та інших для досягнення цілей логістичної системи.

Часто зустрічається і інше трактування поняття "логістичний менеджмент", відповідно до якої під логістичним менеджментом розуміється персонал фірми, керуючий логістичним процесом.

Персонал, задіяний в управлінні логістичними процесами, можна розділити на три групи:



- топ-менеджмент - вищий управлінський персонал, до якого відносять президента компанії по логістиці, директора з логістики, інтегрального логістичного менеджера, начальника відділу логістики і т.п. ;

- середній рівень управлінського персоналу - керівники структурних підрозділів відділів або служб логістики, логісти середньої ланки з великим досвідом роботи, координатори функціональних областей логістики або ключових логістичних функцій, аналітики, провідні логісти;

- управлінський персонал нижчої ланки служби логістики - логісти з невеликим досвідом (стажем) роботи, інженери-логісти, аналітики-статистики, допоміжний персонал.

Основним завданням логістичного менеджменту є підтримання корпоративної стратегії фірми з оптимальними витратами ресурсів, а також забезпечення стійкості і стабільності підприємства на ринку за рахунок згладжування внутрішніх конфліктів між підрозділами постачання, виробництва, маркетингу, продажів, фінансів та ін., А також за рахунок оптимізації параметрів міжорганізаційних взаємин підприємства з постачальниками, споживачами та логістичними посередниками.

Формування логістичної стратегії становить комплексний, впорядкований та інтегрований процес, спрямований на отримання сукупних результатів системи в сенсі створення вартості і покращання рівня обслуговування для споживачів. Цей процес сконцентрований на отриманні сатисфакції клієнтів, враховуючи та передбачаючи їхні майбутні потреби.

Головна стратегія торговельного підприємства орієнтована на покращання ефективності функціонування матеріалопотоків підприємства. Логістична стратегія, як стратегія функціонального рівня тісно пов'язана з маркетинговою стратегією, становлячи певне доповнення одна одній. Цілі стратегій конкуренції торговельних підприємств збігаються з цілями логістичних стратегій, які скеровані на підвищення ефективності функціонування матеріалопотоків.

Основними логістичними стратегічними цілями торговельного підприємства, повинно бути покращання логістичного обслуговування, а також оптимізація витрат матеріальних та інформаційних потоків. Отже, логістичну стратегію можна розглядати як поглиблення традиційної стратегії торговельного

підприємства. Основними характеристиками сучасної логістичної стратегії фірми можна вважати наступні:

- узгодженість рішень усіх логістичних підсистем;
- послідовність і комплексність дій різних часових періодів;
- реальність і еластичність планів.

Основними елементами модельного подання логістичної стратегії є сукупність логістичних стратегічних рішень у сферах перебігу логістичних процесів закупівель, зберігання, транспортування і дистрибуції. Логістична стратегія має внутрішній вимір, охоплюючи реалізацію ефективних матеріальних та інформаційних потоків в межах торговельного підприємства; а також зовнішній – це зв'язки з оточенням в реалізації закупівель і дистрибуції товарів. Побудова логістичної стратегії для торговельних підприємств відбувається у кілька етапів:

- стратегічний аналіз логістичної системи підприємства;
- проектування моделі логістичної стратегії;
- реалізація стратегії;
- контроль за реалізацією стратегії

Таким чином, стратегічний аналіз полягає в діагностиці логістичної системи, в результаті якої повинні бути сформульовані ключові компетенції спіху, на які має спиратися логістична стратегія. Одночасне поліпшення логістичного обслуговування і зменшення логістичних витрат є доволі складним для виконання сучасними торговельними підприємствами, тому необхідно сконцентрувати увагу на основній стратегічній цілі логістики згідно з проведеним стратегічним аналізом.

***Список використаної літератури:***

1. Бутов А.М. Перспективи використання логістичних стратегій для забезпечення конкурентоспроможності підприємства . С. 124-131.

**Борисевич Є.Г., Маслова К.Г.**

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

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ**

На сучасному етапі термін логістика стає все більш і більш розповсюдженим. Це відбувається у зв'язку з тим, що логістику почали вивчати в економіці. До цієї митті домінуючу роль в логістиці мала військова галузь. Часті війни вимагали розробки відповідної системи забезпечення ресурсами армій, що потребувало значних інфраструктурних впроваджень.

Сьогодні на ефективну роботу та конкурентоспроможність підприємства впливає велика різноманітність процесів та подій. Одним з найважливіших є взаємодія виробника із споживачем. І ось тут ми бачимо необхідність у регулюванні усіх подій та змін між початковим та кінцевим етапами, якими займається саме логістика .

Логістика насамперед передбачає організацію певного потокового процесу переміщення матеріалів та інформації вздовж усього ланцюга від виробника до споживача. І тільки завдяки взаємодії багатьох цінностей, таких як матеріально-технічне забезпечення, виробництво, транспорт, збут та переміщення, цей процес повинен підвищити ефективність роботи будь якої галузі.

Для ефективного функціонування системи необхідна тісна взаємодія постачальника як із споживачем, а також із своїми компаньйонами. Тобто намагатися не зломити своїх конкурентів, а навпаки діяти спільними зусиллями.

Україна має вигідне і унікальне транспортно-географічне положення і є країною з достатньо багатими ресурсами, а також має суттєві економічні і соціальні проблеми і потреби. Саме тому ми повинні ефективно використовувати усі можливості глобалізації. І насамперед розглянути актуальність розвитку логістики в нашій країні.

На сьогодні в Україні спостерігається все більше зацікавленості у впровадженні логістичних процесів. Бо це допомагає досягти значних конкурентних переваг. Особливо в логістичному сервісу потребують великі

підприємства, в котрих достатньо висока кількість підрозділів, які взаємодіють між собою. Та завдяки впровадженню логістичних процесів в діяльність підприємства, ми зможемо спостерігати за ефективною роботою усіх осередків фірми.

Причинами зростання логістичного сервісу в Україні є:

зростання кількості підприємств, які займаються наданням послуг;

концентрація в одному, ще більше підприємств;

націленість організаційних структур компанії на задоволення інтересів споживачів

загальне управління якістю послуг

Географічне положення України дозволяє їй бути вигідним мостом для транзитних перевезень товарів і пасажирів між державами Європи, Азії. Однак в умовах недостатньої розвиненості транспортної та логістичної інфраструктури продуктивність і ефективність транспортного комплексу країни знижується. Звідси випливає висока актуальність вирішення завдань, спрямованих на розвиток транспортно-логістичного бізнесу в Україні.

З точки зору світового досвіду та сучасних тенденцій розвитку глобального ринку логістичних послуг України знаходиться на етапі формування, достатньо поступаючись західним країнам, як за якістю, так і за комплексністю послуг національними транспортно-логістичними компаніями.

Найбільш перспективним сегментом ринку транспортно-логістичних послуг для України може стати ринок термінової доставки до призначеного часу (just-in-time delivery). Цей сегмент активно розвивається в усьому світі: при такій організації послуг проводиться найбільша додана вартість.

Вимоги споживачів до якості обслуговування постійно зростають. Таким чином, підприємства мають постійно розвиватися та впроваджувати нові розробки та процеси за для ефективної роботи. Що стосовно України, то ми бачимо, що ми сильно відстаємо від інших держав. Але в нас є вигідні умови нашого розташування і ми будемо намагатися зростати та наздоганяти інші держави.

*Список використаної літератури:*

1. Малюк Л.П., Балацька Н.Ю., Давидова О.Ю. Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції «Прогресивна техніка та технології харчових виробництв, ресторанного та готельного господарств і торгівлі. Економічна стратегія і перспективи розвитку сфери торгівлі та послуг». 18 жовтня 2012 р., м. Харків. - Ч.1. - С.261-262.
2. Маевский В. Логистика в Украине: классификация основных игроков и их услуг.

**Залесский Б. Л.**

*Белорусский государственный университет*

## **БЕЛАРУСЬ – УКРАИНА:**

### **ПОТЕНЦИАЛ КОНСУЛЬТАТИВНОГО СОВЕТА**

Одной из весьма эффективных форм координации белорусско-украинского торгово-экономического взаимодействия является созданный еще в 2010 году консультативный совет делового сотрудничества. Перед новой двусторонней структурой с самого начала было поставлено несколько основных задач. А именно: помимо развития партнерских связей между Беларусью и Украиной в торгово-экономической сфере, всемерно содействовать расширению контактов между представителями деловых кругов, а также наращиванию объемов взаимной торговли. Сегодня же «консультативный совет – это площадка, где бизнес обсуждает самые острые проблемы. С другой стороны, мы обсуждаем перспективные проекты, новые возможности, которые открываются для сторон» [1]. Вот почему очередное, седьмое, заседание этого консультативного органа стало важной частью программы Первого Форума регионов Беларуси и Украины, который состоялся в октябре 2018 года в Гомеле.

О серьезном потенциале белорусско-украинского консультативного совета делового сотрудничества свидетельствует, например, перечень рассмотренных на октябрьском (2018) заседании вопросов, в котором значилась «разработка проекта соглашения между Кабинетом министров Украины и правительством Беларуси об утверждении Положения о создании и применении электронной системы сертификации происхождения товаров. Обсуждалось межрегиональное сотрудничество и экспортный потенциал областей, перспективы использования торговых площадок для расширения взаимной торговли Беларуси и Украины, взаимодействие деловых кругов, предприятий в различных сферах» [2].

Еще одна тема, получившая свое продолжение в ходе заседания белорусско-украинского консультативного совета делового сотрудничества, – взаимодействие среднего и малого бизнеса двух стран, а также развитие

промышленной кооперации. В частности, с украинской стороны прозвучали предложения проработать с белорусскими партнерами конкретные проекты, связанные с альтернативной энергетикой, переработкой сельскохозяйственной продукции, фармакологией, «чтобы затем эта продукция вышла на рынки других стран» [3].

Если говорить о промышленной кооперации, то белорусская сторона заманчивые перспективы ее развития видит в машиностроении, дорожно-строительной технике, станкостроении. При этом Беларусь может предложить продвижение совместной продукции на рынок Евразийского экономического союза. А в рамках соглашения об ассоциации между Украиной и Европейским союзом просматриваются возможности, при которых совместная белорусско-украинская продукция, пусть и в рамках определенных квот, могла бы попадать на европейский рынок. Заметим, что для достижения этих перспектив делаются уже конкретные шаги. В частности, в рамках уже упомянутого выше Первого Форума регионов Беларуси и Украины Меморандум о развитии сотрудничества подписали Республиканская ассоциация предприятий промышленности «БелАПП» и Украинский союз промышленников и предпринимателей (УСПП). Данный документ «призван способствовать развитию производственной кооперации, созданию совместных производств, открытию объектов товаропроводящих сетей и представительств предприятий – членов «БелАПП» и УСПП» [4].

Что касается острых проблем, которые волнуют сейчас представителей деловых кругов двух стран, то к их числу относятся, прежде всего, ограничения и барьеры, которые возникают в силу того, что в процессе взаимодействия меняются национальные законодательства. В этой связи обсуждение данной темы даже вышло за рамки заседания консультативного совета делового сотрудничества и обрело формат конференции «Устранение технических барьеров во взаимной торговле методами технического регулирования. Промышленная продукция», собравшей в Гомеле более 120 специалистов различных отраслей экономики, которые смогли подробно обсудить актуальные направления развития систем технического регулирования, стандартизации, метрологии и аккредитации, чтобы затем на практике использовать эти «важнейшие инструменты для выпуска безопасной и качественной продукции и снижения технических барьеров в торговле» [5].

Кроме обсуждения актуальных вопросов взаимодействия, участники заседания совета смогли также принять целый ряд документов, которые показывают, что данная консультативная структура все больше нацеливается на реализацию конкретных двусторонних проектов. В частности, рамочный контракт по предоставлению кредитного обеспечения товарооборота подписали ООО с ИИ “БНХ Украина” и АО “Банк Кредит Днепр”. Соглашения о сотрудничестве с украинскими коллегами скрепили своими подписями руководители Гомельского и Витебского отделений Белорусской торгово-промышленной палаты. А такие белорусские экспортеры, как “Мозырьсоль”, Барановичское производственное хлопчатобумажное объединение, Домановский производственно-торговый комбинат, заключили выгодные контракты на поставку своей продукции украинским партнерам. Всего же в рамках совета было подписано 9 документов почти на 10 миллионов долларов.

### **Литература**

1. Улахович, В. Важное направление сотрудничества Беларуси и Украины – развитие промкооперации / В. Улахович // [Электронный ресурс]. – 2018. – URL: <http://www.belta.by/opinions/view/vazhnoe-napravlenie-sotrudnichestva-belarusi-i-ukrainy-razvitie-promkooperatsii-6508/>
2. Документы на \$10 млн подписаны на заседании белорусско-украинского консультативного совета [Электронный ресурс]. – 2010. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/dokumenty-na-10-mln-podpisany-na-zasedanii-belorussko-ukrainskogo-konsultativnogo-soveta-323029-2018/>
3. Взаимодействие среднего и малого бизнеса Беларуси и Украины особенно важно – Чижиков [Электронный ресурс]. – 2018. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/vzaimodejstvie-srednego-i-malogo-biznesa-belarusi-i-ukrainy-osobenno-vazhno-chizhikov-323008-2018/>
4. Предприятия Минпрома Беларуси поставят в Украину технику на \$73,5 млн [Электронный ресурс]. – 2018. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/predpriyatija-minproma-belarusi-postavjat-v-ukrainu-tehniku-na-735-mln-323286-2018/>
5. Пути снижения технических барьеров в торговле обсудят на Форуме регионов Беларуси и Украины [Электронный ресурс]. – 2018. – URL: <http://www.belta.by/economics/view/puti-snizhenija-tehnicheskikh-barjerov-v-torgovle-obsudjat-na-forume-regionov-belarusi-i-ukrainy-322764-2018/>



**Жуковська Л.Е., Статірова К.В.**

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

## **ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ**

Сучасний стан світового ринку характеризується інтегральним розвитком як економіки, так і торгівлі Європи, країн Азіатського континенту, Тихоокеанського басейну й Африки. Глобалізація виробництва та розподілу товарів спричинила процеси створення систем міжнародних транспортних коридорів. Інтенсифікація розвитку стратегічних напрямків перевезень потребує оптимізації розміщення транспортних вузлів, формування єдиної логістичної мережі.

Орієнтація розвитку економіки України на європейську інтеграцію та перехід до ринкових відносин потребують застосування нових прогресивних підходів в управлінні економічними процесами у різних сферах господарства. У жорстких умовах конкуренції підвищується якість організації економічних процесів, зростають обсяги виробництва-споживання, обсяги дистрибуції і транспортування. Щоб забезпечити функціональну узгодженість між різними сферами господарства в умовах динамічного розвитку вітчизняної економіки, на макрорівні необхідним є формування логістичних центрів – механізмів координації та інтеграції матеріальних та потоків, що їх супроводжують.

В Європі логістичні центри вперше з'явилися на початку 1960-х років, а широкого поширення набули у 70–80-ті роки ХХ ст. Оскільки існуюча на той момент інфраструктура не дозволяла повною мірою забезпечувати переробку зростаючих обсягів вантажообігу, а розвиток автомобільних і залізничних шляхів вимагав значних інвестицій з тривалим терміном окупності (як правило, від 15 до 20 років), то був знайдений альтернативний шлях, а саме, створення транспортно-логістичних центрів, які надавали компаніям широкий спектр логістичних послуг.

Найбільш поширене визначення транспортно-логістичного центру, яке використовується майже в усіх країнах світу, було запропоновано Європейською транспортною комісією. Відповідно до нього, логістичний центр – територіальне

об'єднання незалежних компаній та органів, що займаються вантажними перевезеннями (наприклад, транспортних посередників, вантажовідправників, операторів перевезення, митних органів) та супутніх послуг (наприклад, по зберіганню, технічному обслуговуванню та ремонту), що включає принаймні один термінал.

Європейська комісія визначила також мінімальні вимоги до інфраструктури та розташування логістичних центрів. Зокрема, мінімальний розрив між прийняттям вантажів і відправленням вагонів, а також між прибуттям поїздів і готовністю вагонів до розвантаження не повинен перевищувати однієї години, а простоті автотранспортних засобів, що забезпечують доставку або складання вантажних одиниць, не повинні перевищувати 20 хвилин.

Рівень розвитку транспортно-логістичного комплексу традиційно характеризують за допомогою Logistics Performance Index (LPI), який розраховується Світовим Банком раз на два роки на основі опитування експертів з кожної країни світу і представляє собою середньозважене значення отриманих оцінок. Для визначення LPI-індексу використовується шість оціночних показників: розвиток національної митниці (швидкість і простота оформлення документів та передбачуваність формальностей), торгова і транспортна інфраструктура (порти, залізниці, дороги, інформаційні технології), система міжнародних перевезень (простота організації поставок за конкурентоспроможними цінами), компетентність і якість логістичних послуг (транспортних операторів, митних брокерів), можливість відстеження і контролю вантажів, своєчасність доставки вантажів до пункту призначення.

Глобальні логістичні системи та їх логістичні центри являються потужним засобом економії дефіцитних національних ресурсів: матеріальних, сировинних, енергетичних, фінансових, трудових. Їх відмінною особливістю являється цільова направленість на найбільш повне задоволення сукупного попиту споживача, при чому вони являються необхідними елементами розширеного виробництва. Саме глобальні логістичні системи та їх центри дозволяють у сучасних умовах знайти найбільш продуктивні варіанти та форми організації товарних ринків та матеріальних потоків.

Для забезпечення найкращої реалізації зазначених ефектів логістичні центри розміщуються у вузлових пунктах міжнародних транспортних коридорів, у великих контейнерних портах, в індустріальних районах і у вільних

економічних зонах. Часто логістичні центри створюються поблизу великих міст, що скорочує навантаження на вулично-дорожню мережу, створювану великотоннажними автомобілями, і дозволяє звільнити міську територію від вантажних залізничних станцій, складів і інших подібних об'єктів.

Держава відіграє у створенні логістичних центрів особливу роль. Компетентні державні структури визначають їх розміщення, вирішують питання землевідведення, планують і фінансують створення автомобільних і залізничних підходів, організують взаємодію центрів з внутрішнім водним та морським транспортом.

Таким чином, вирішення цих та інших завдань виходить за межі повноважень та фінансових можливостей приватних компаній. Тому створення системи логістичних центрів є, в основі своїй, державним проектом, який реалізується з широким залученням бізнесу, часто - на основі державно-приватного партнерства.

***Список використаної літератури:***

1. Жарська І. О. - Міжнародний досвід державної підтримки створення транспортно-логістичних центрів. – Журнал «Бізнес Інформ», № 2, 2017. – Харків
2. Д. В. Дорошкевич. – Міжнародні логістичні системи в умовах глобалізації. – Журнал «Ефективна економіка» № 2, 2013. – Дніпро.

## Правителството регулиране на икономиката

**Ph.D. Malykhina O.M., Ph.D. Ivakhnenko I.S., post-graduate student  
Ruchinskaya J.**

*Kiev National University of Construction and Architecture, Ukraine*

### **FORMATION AND APPLICATION OF TAX POLICY INSTRUMENTS IN THE CONTEXT OF THE IMPLEMENTATION OF CONSTRUCTION DEVELOPMENT PROGRAMS**

Improving taxation, in particular: the establishment of types of taxes, their rates and tax breaks should be decisive not only for meeting budget needs, but also for solving urgent economic and social problems. The basis for granting tax benefits is the peculiarities that are inherent in a certain group of taxpayers, the type of their activity and the object of taxation, enshrined in tax legislation, which contains a list of features characteristic of privilege identification, and is characterized by a high level of generalization. The disadvantage of such an interpretation is that it contradicts Art. 67 of the Constitution of Ukraine, according to which everyone is obliged to pay taxes<sup>6</sup>. An alternative point of view of some Ukrainian scientists regarding the essence of tax privileges is borrowed from foreign experience the idea of the concept of tax expenditures of the budget as a legalized refusal to collect in principle the possible taxes in fact is an analogue of direct budget expenditures, which explains a somewhat paradoxical name of the amount of reductions and write-offs.

The treatment of tax expenditures in other developed countries is similar. In Australia, tax expenditures are defined as concessions designed to provide benefits for certain types of activities or categories of taxpayers. In Belgium, tax expenditures - a provision that reduces tax revenues - is the result of a deviation from the reference tax system, with the aim of encouraging certain behavior, promoting economic, social or cultural activities and can be replaced by a direct expenditure program. Canada defines tax costs as any condition that departs from the reference structure and in which only the fundamental elements of each tax system are considered part of the reference point for assessing tax benefits; in the Netherlands tax costs are set as government expenditures in the form of loss or deferral of tax revenues that occur as a result of certain conditions caused by deviations from the reference structure of the tax law.

Summarizing the above, it should be noted that, since each state independently defines a tax policy that meets the goals of socio-economic development, the methodology for establishing tax breaks in each country can vary significantly. Taking into account the achievements of domestic tax thinking and foreign experience in determining tax privileges, we can conclude that domestic legislators and individual scientists have made the first steps towards approximation of legislation on preferential taxation to the standards of democratic, developed countries. However, there is a need to develop a system of quality management and control of tax privileges in order to obtain positive effects from their provision. It would be advisable to propose a mechanism for coordinating the interests of the construction company - the developer and the territorial communities in the process of selecting investment projects, taking into account the development of social infrastructure, budget opportunities, social necessity and economic feasibility, taking into account the administrative and territorial reform in Ukraine and changes in regulatory acts, governing the activity in the field of construction. As an option, it may be considered to direct some of the taxes paid by citizens (personal income tax, single tax on business entities) and enterprises (benefits to pay income tax for construction of housing for employees) to pay for the cost of their own dwelling. It is appropriate to introduce such a procedure for certain categories of citizens who have a desire to purchase social housing, need improvement of living conditions and receive sufficient income for payment within a fixed number of years. The proposed mechanism is able to ensure the development of public-private partnership in the field of housing construction (the state does not have the means - but it contributes to their target population spending on the purchase of housing), which can also provide additional incentive for employees in higher earnings and will facilitate the withdrawal of part of the salary from the shadow.

## Финансови отношения

**Жакешова А.П э.ғ.к., доцент, Коптаева Г.П э.ғ.к., ассоц профессор,  
Кенжебекова И.И э.ғ.м.,**

### **ҚАЗАҚСТАНДА САЛЫҚ ЖҮЙЕСІНІҢ ҚАЛЫПТАСУЫ МЕН ДАМУ КЕЗЕҢДЕРІ**

Қазақстанның қазіргі таңдағы салықты әкімшіліктендіру жүйесі қалыптасудың қиын кезеңдерін бастан өткеруде. Бұл ретте бірқатар мәселелермен байланысты елеулі қиындықтардан өту үшін оларды шартты түрде үш топқа бөлуге болады:

салықтық құқықтың жалпы қағидаларында салықты әкімшіліктендіруді, соңына дейін орындалмаған іс-әрекеттерді ретке келтіру қажеттілігі;

нақты салықтарды қолдануды ретке келтіруші салық заңдарындағы тәртіптердің және тұжырымдамалардың жеткіліксіздігі. Оның ішінде жеке тұлғалардың кірісіне және мүлкіне және ҚҚС қатысты салықтарды реттеуші заңдарды жіктеу;

салық органдарының жұмысында орын алған кемшіліктер: салық органдарының ұйымдық құрылымында және басқаруда, жоғары және төмен сатыдағы салық органдарының өзара қарым-қатынасында; салық органдары мен тиісті әкімшілік-аумақтық қалыптасулардың билік ұйымдары арасындағы қарым-қатынаста, «үшінші тұлғалардың» қарамағындағы ақпараттарды және мемлекеттік биліктің басқа да ұйымдарының ақпараттық мүмкіндіктерін қолдануды ұйымдастыруда, сонымен бірге салық заңнамасымен ресми бекітілген, бірақ не ауытқулармен, не жеткіліксіз тиімділікпен қолданылатын кейбір қолданыстағы тәртіптерді, ережелер мен нормаларды іс жүзінде қолдануда.

Салық процесін жетілдірудің жалпыұлттық бағдарламасын ойдағыдай жүзеге асыру іс-әрекеттерді алдын ала тиянақты дайындауды және жоспарлауды талап етеді. Мұндай бағдарлама салықты әкімшіліктендірудің барлық аспектілерін қамтуы тиіс – салық органдарының ұйымдық құрылымын жетілдіру, салық жұмысының жаңа технологияларын пайдалану, салық төлеушілерге қызмет көрсетудің және кеңес беруді жаңа тәсілдері, ақпараттық-

технологиялық қамтамасыз ету, кадрлар біліктілігін көтеру, салық органдары жұмыскерлерінің қызмет ету барысындағы жоғары кәсіптік стандарттарын жете өңдеу, материалдық-техникалық қорын нығайту.

Салық органдарының жергілікті және өңірлік деңгейлерінің тиімді жұмысын қамтамасыз ету үшін электронды ақпараттар бойынша республикалық қаржы мекемесінің тиісті бөлімшелерімен, басқа да мемлекеттік ұйымдармен, министрліктермен және мекемелермен өзара әрекеттесу көлемін ұлғайту қажет. Бұл бірінші кезекте республикалық қаржы мекемесінің бөлімшелерінен төлемдер туралы деректер қабылдауға қатысты. Осы тәрізді ақпараттармен оперативті алмасу инспекторлардың деректерді енгізу барысындағы өнімсіз еңбегін елеулі қысқартады, берешектерді өндіру мерзімдерін кемітеді және салық төлеушілердің мерзімі өткен төлемдеріне санкция қою негіздемесін арттырады. Ақпараттық өзара әрекеттесудің маңызды элементі - жақын шетелдік мемлекеттердің салық және кедендік органдарымен ақпарат алмасу, әсіресе экспортты-импорттық операцияларды жүзеге асыру барысында салық және жинақ туралы заңнамаларды бұзу арқылы қосымша құн салығын төлеуден кету мүмкіндігін азайту.

Орталық және өңірлік салық органдарында ақпараттық жүйелерді және талдау құралдарын әрі қарай жетілдіру, ғылыми-техникалық әлеуетті көтеру, ақпараттық технологиялары құру және басқару жүйесін дамытуға, салықты әкімшіліктендіру жүйесіне жоспарланған өзгерістерді енгізуге ықпал етеді. Бұл жұмыстың негізі деректерді өңдеу орталықтарын құру есебінен республикалық және өңірлік деңгейлерде деректерді өңдеуді орталықтандыру болып табылады.

Салықты әкімшіліктендіру жүйесін жетілдіру үшін деректерді өңдеу орталықтарын құру жоспарланған, бұл ретте барлық деңгейдегі салық органдарының ауқымды ақпарат көлемін енгізу, өңдеу, сақтау және пайдалану тәрізді негізгі міндеттер қамтылған. Деректерді өңдеу орталықтары арнайы мамандандырылған салық инспекциялары ретінде құрылады, оның қызмет ету аясына Қазақстанның өңірлік салық органдарын және оған қарасты салық инспекцияларын басқару кіреді. Деректерді өңдеу орталықтарын құру жән олардың құрамына автоматтандыру тәсілімен орындау үшін барынша күрделі функцияларды енгізу, аумақтық салық инспекциясының жұмыскерлерін салық төлеушілермен тікелей жұмыс жүргізу үшін босатуға, туындайтын келіспеушіліктерді шешу жылдамдығын арттыруға, салық төлеушіні уақытылы

және барынша толық ақпараттандыруды қамтамасыз етуге мүмкіндік береді. Деректерді өңдеу орталықтарында салықтың төленуіне және жиналуына бақылау жүргізу, салық төлеушілердің ақпараттарын орталықтандырып, өңдеу функциясымен бірге сыртқы қоркөздерінің деректерін жинақтау және өңдеу, электронды және қағаз жүзіндегі мұрағаттарды құру, салық төлеушілерге және мекемелерге құжаттар қалыптастыру, басып шығару және тарату, сараптамалық материалдар мен статистикалық деректер дайындау, салық төлеушілердің Бірыңғай мемлекеттік тізімін жүргізу функциялары да қамтылған.

Соңғы жылдары салық заңнамасын қайта қалыптастыру аясында нақты оң нәтижелерге қолжеткізілді. Бірінші кезекте, негізгі салықтар бойынша мөлшерлеменің кемуі, яғни салық төлеушілердің салық салмағын нақты төмендету болып табылады.

Салықты әкімшіліктендіру жүйесі «айналма» салықтардың, сатудан түсетін салықтың, мұраға және сыйлыққа беру тәртібімен өтетін мүлік салығының күшін жою арқылы жеңілдетілді. Оң бағаға ие салықтың қайта қалыптасу нәтижелеріне арнайы салықтардың тәртібін енгізуді жатқызуға болады – қызметтің нақты түрлері, сондай ақ ауылшаруашылық тауарөндірушілер үшін жүктелген кірісіне белгіленген жеңілдетілген салық салу және бірыңғай салық жүйесі. Бұл іс-әрекеттер салық төлеушілердің салық салмағын төмендетуге, салық салу және әкімшіліктендіру рет-жосығын жеңілдетуге бағытталған. Дегенмен де қазақстандық салықты әкімшіліктендіру жүйесі толық жетілдірілмеген деп тұжырым жасауға болады. Оған тән кемшіліктер әлі орын алуда, атап айтқанда жауапсыз салық төлеушілерге салық төлеуден жалтаруға елеулі мүмкіндіктер беру, көлеңкелі экономиканың, сыбайлас жемқорлықтың және ұйымдасқан қылмыстың дамуына ықпал ету.

Инвестициялық, инновациялық және кәсіпкерлік белсенділік, өндірістің ұлғаюы толық көлемде ынталандырылған деп тұжырымдау ертелеу. Бұл мақсаттарға қолжеткізу үшін қолданыстағы салық тетіктері жеткіліксіз қолданылуда және негізінен қазыналық бағытқа ие.

Салық салу рет-жосығы мен нормативтік қор ерекше назар аударуды талап етеді. Олардың күрделілігі және бірмәнді еместігі, сондай ақ тұрақсыздығы тек бухгалтерлік және салық есебін жүргізуде ғана емес, салық органдарын қамтамасыз етуде де елеулі шығын әкеледі. Үздіксіз салық реформасы салық төлеушіге өз экономикалық және қаржылық қызметін



жоспарлау барысын, салық төлемдерін оңтайландыруды, мемлекеттің заңды талаптарына және мүдделеріне сай бизнес мүдделерін үйлестіруді күрделендіреді. Сонымен қатар, қолданыстағы салық салу жүйесі өндірістік сектордан үнемі капиталды ығыстырады, бірқалыпты инвестициялық процестің дамуына мүмкіндік бермейді, себебі маңызды қоркөзі ішкі инвестицияны – үстеме кірісті шектейді. Нәтижесінде, шетелдік капиталдың қарама-қайшы келген ағыны жеткіліксіз кезде ұлттық капиталдың шетелге тұрақты түрде кетуі байқалады.

Қазақстан Республикасының қазіргі таңдағы салық жүйесінің негізгі мақсаттары нарықтық институттарды және шаруашылық тетіктерін дамытуды ынталандыру, кәсіпорындардың негізгі қорының жаңаруына және өндіріс тиімділігінің артуына қолайлы жағдай жасау, экономикаға және бизнеске жалпы салық жүктемесін төмендету болып табылады. Салық жүктемесін төмендету әкімшіліктендірілген салық жүктемесінің қызмет етуіне шығынның төмендеуімен, сондай ақ салықтың «әлеуметтік» және «реттеуші» қызметтерін дамытумен сүйемелденуі тиіс.

Осылайша, салықты әкімшіліктендіру жүйесін жақсарту және салық қызметтерінің сапасын арттыру үшін салық жүйесін қайта қалыптастырудың келесідей маңызды мәселелері шешілуі тиіс:

Қазақстанның экономикалық және өнеркәсіптік дамуы үшін белсенді түрде салықтық ынталандыру;

салық жүйесінің тұрақтылығына және теңгерімділігіне қолжеткізу;

салық жүйесінің әлеуметтік әділеттілігін қамтамасыз ету;

кейбір салықтар бойынша (ҚҚС, табысқа қойылатын салық) қосымша жеңілдіктер енгізу, мөлшерлемелерді біртіндеп кеміту арқылы жалпы салық жүктемесін төмендету;

Бірыңғай салық жүйесін әрі қарай жетілдіру;

шағын және орта кәсіпкерлікті дамыту үшін қолайлы салық шарттарын құру;

инновациялық кәсіпорындарды салық тарапынан ынталандыруды нығайту;

еңбекақы қорына қатысты салық жүктемесін жеңілдету;

салықты әкімшіліктендіру жүйесін жақсарту және салық төлеушілердің салық органдарының қызмет көрсетуіне ұсталымдарын төмендету;

кәсіпорындардың бухгалтерлік және салықтық есептілігін жеңілдету;

ҚР заңды техникасын жетілдіру.

Осыған байланысты, келешекте Қазақстан Республикасының Салық қызметінің салық декларациялары бойынша қалыптастыратын есептілігінен салық жеңілдіктерінің көлемі, салық төлеушілердің санаты және контингенті, бюджеттің салық кірісінен шығып кететін салықтар туралы деректер алуды ұсынамыз. Алайда бүгінгі күні салық декларациясында салық туралы ақпарат толық бейнеленбейді, сол себептен жаңа қатар енгізу арқылы салық төлеушінің барлық деректерін көрсету үшін салық декларацияларының құрылымын және мазмұнын нақтылаған мақсатты көздейді. Жоғарыда көрсетілген мәселелерді шешу үшін ең алдымен салықты әкімшіліктендіру тәжірибесін және жылжымайтын мүлікті қалыптастыру мен есепке алу тәртібін өзгерту қажет.

Пайдаланылған әдебиеттер тізімі:

1. А.Б. Паскачев, А.Д. Мельник /налоговый вестник - перспективы расширения налоговой базы, № 1, 2010.

2. Федеральный закон РФ от 10.07.02 / ст. 26: «Отчётность банка России», (в ред. от 25.11.09), № 86-ФЗ, 2009.

3. Налоговый кодекс РФ/ст. 284 - «Налоговые ставки», № 117-ФЗ, 2010.

4. Федеральный закон «О соглашениях о разделе продукции» №225-ФЗ, 1995.

5. В.Г. Пансков/О некоторых проблемах налогового законодательства/налоговый вестник, № 4, 2010.

6. Федеральный закон «О федеральном бюджете на 2010 и плановый период 2011-2012 гг.» № 308-ФЗ от 2.12.09, с. 4-5, ст. 1.

7. Федеральный закон «О федеральном бюджете на 2010 и плановый период 2011-2012 гг.» № 308-ФЗ в ред. от 04.05.10, с. 4-5, ст. 1.

8. Федеральный закон «О федеральном бюджете на 2010 и плановый период 2011-2012 гг.» - ст. 2.: 2 Нормативы распределения доходов между бюджетами Бюджетной системы РФ НА 2010 и плановый период 2011-2012 гг.»/№ 308-ФЗ в ред. от 04.05.10, ст. 2, с. 2.

9. О.С. Семёнова/Проблемы налоговых рисков, Финансы, 2010, № 7.

10. А.Б. Паскачев/Перспективы расширения налоговой базы, налоговый вестник, 2010, № 6.

11. Д.А. Медведев/Финансы/Основные направления налоговой политики и формирование доходов бюджетной системы, № 7, 2010, с. 7.

12. Радаев В. Уход от налогов посредством деформализации правил. // Вопросы экономики. 2011. №6. С. 70.

13. Романова А.Н. Организация и методы налоговых проверок: - Учебное пособие, 2010.

14. Русяев Н.А. Об использовании понятия «оптимизация» в российском законодательстве // Налоговые споры: теория и практика. 2011. № 7. С. 60-63

15. Савсерис С.В. Налоговые последствия признания налогоплательщика недобросовестным // Налоговед. 2012. № 10.

16. Сасов К.А. Недобросовестная фикция // Налоговые споры: теория и практика. 2011. № 11.

17. Романова А.Н. Организация и методы налоговых проверок: - Учебное пособие, 2011.

18. Русяев Н.А. Об использовании понятия «оптимизация» в российском законодательстве // Налоговые споры: теория и практика. 2012. № 7. С. 60-63.

19. Савсерис С.В. Налоговые последствия признания налогоплательщика недобросовестным // Налоговед. 2011. № 10.

20. Сасов К.А. Недобросовестная фикция // Налоговые споры: теория и практика. 2011. № 11.

22 Официальный сайт: [www.nalog.ru](http://www.nalog.ru).

**Гаєвський М. В., Мельник В.С., Бабій А.В.**

*Одесский Национальный политехнический университет, Украина*

## **ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗИТКУ ФОНДОВОГО РИНКУ УКРАЇНИ**

Глобалізація економічного розвитку всіх сторін сучасної господарської діяльності диктує відповідні вимоги, кількісні та якісні параметри для української економіки. Відповідність української економіки світовим стандартам потребує створення сприятливого інвестиційного клімату для вітчизняних і закордонних інвесторів. Створення такого інвестиційного клімату передбачає політичну і законодавчу стабільність, формування економічно обґрунтованої податкової політики, вмикання економіки у світові господарські комунікації, розвиток в Україні повного комплексу інфраструктури фондового ринку. Формування відповідних умов для інвестиційної діяльності є важливим напрямком державної політики.

Нажаль, Україна ще й досі знаходиться далеко від головних потоків капіталу. Спроби ринкових перетворень окремих сторін господарської діяльності, нажаль, не призводять до бажаного результату. Відсутність ефективно діючої інфраструктури, яка забезпечує акумулюванню капіталу для інвестицій у виробничу і соціальну сфери та сприяє раціональному розміщенню фінансових ресурсів, не дає можливості ефективно управляти господарською діяльністю і конкурентно оцінювати вартість виробничих ресурсів. Недосконала система обліку прав власності на майно у поєднанні із відсутністю загальнонаціональних ринків основних ресурсів виробництва робить українську продукцію неконкурентною, а українські підприємства – збитковими.

Процеси реформування власності в Україні супроводжувались структурною перебудовою економіки і зумовили створення ринку цінних паперів, як складової частини ринкових відносин. Проведення приватизації в Україні, нажаль, здійснювалось майже при повній відсутності законодавства, яке б вирішувало весь комплекс проблем щодо обігу цінних паперів і враховувало бодай частину досвіду інших держав. Держава запропонувала переважній більшості підприємств єдиний шлях до “нового управління” – акціонування.

Більшість емітентів в Україні використовували емісію фінансових інструментів не з метою залучення інвестицій, а для перетворення з державної форми власності в приватну зі зміною форми господарювання. Це призвело до обігу великої кількості неліквідних цінних паперів (35 тисяч емісій цінних паперів акціонерних товариств). Шляхом обміну приватизаційних сертифікатів та льготної підписки була сформована велика кількість (30 мільйонів) власників цінних паперів, які за своєю суттю не є власниками і не мають можливості (а інколи бажання) управляти належною їм власністю. В Посланні Президента України до Верховної Ради України щодо стратегії економічної і соціальної політики на 2010 –2020 рр. зазначено: “неефективним та логічно незавершеним виявився процес приватизації. Її здійснення не забезпечило формування відповідального господаря, якій був би зацікавлений в інвестиційній діяльності, прискореному оновленні виробництва, його реальному оздоровленні. Не досягнуто оптимальної глибини приватизаційного процесу. Як наслідок, у ході реформування економіки не вдалося забезпечити глибокої структуризації відносин власності, запровадити повноцінні правові та організаційні механізми реалізації переваг приватної власності, всебічного зміцнення позицій національного капіталу”.

Показники рентабельності інвестицій у цінні папери в реальних секторах економіки призвели до стагнації ринку цінних паперів. Невисока рентабельність капіталовкладень у цінні папери українських корпорацій - одна з причин відтоку капіталу з ринку цінних паперів, а податки – причина, яка знижує цю рентабельність ще більше. Цей процес пов'язаний також із наявністю більш рентабельних і менш ризикованих сфер капіталовкладень. Стагнація українського ринку корпоративних цінних паперів має негативні наслідки для України не тільки зниженням обсягу інвестицій, а й для найбільшого власника корпоративних цінних паперів - держави. Складність визначення справедливої ціни на цінні папери поза функціонуючим ринком цінних паперів може призвести до збитків держави у випадку продажу пакетів цінних паперів. Відзначається загрозлива тенденція зростання кількості правопорушень щодо обліку прав власності. Так за 2017 рік на ринку цінних паперів ДКЦПФР зареєструвала 2200 правопорушень, а за 1998 рік у тричі більше. Становище, що склалося в даний час стосовно фіксації прав власності на цінні папери наближається до критичного стану. Відсутні окремі служби нагляду

та контролю за певними сегментами ринку, майже всі функції покладено на ДКЦПФР. Також звітність і бухгалтерські документи учасників ринку не є доступними і вимога щодо публікування інформації про діяльність іноді просто ігнорується.

Відсутність в Україні практики формування депозитарного обліку обумовлює необхідність концентрації інтелектуальних і фінансових зусиль навколо Національного депозитарію, до компетенції якого відноситься стандартизація депозитарного обліку і стандартизація документообігу. Допомогу у створенні депозитарного обліку в Україні можуть зробити практичні розробки в цьому напрямку інших країнах. Найбільшою проблемою цього напрямку є обмежений доступ українських фахівців до найкращого практичного досвіду іноземних депозитарних систем, який є “ноу-хау” і не підлягає поширенню. Практичне вивчення роботи конкретних депозитарних систем може стати запорукою не допущення помилок та підґрунтям для адаптації та інтеграції українського ринку цінних паперів у міжнародні ринки. Такі практичні розробки повинні бути вивчені й адаптовані з урахуванням усього комплексу законодавчих і нормативних актів України. До того ж аналіз даних показав, що більшість реєстраторів цінних паперів сконцентрована в м. Київ та Київській області, переважна кількість областей та регіонів не мають власних зберігачів цінних паперів.

Ще однією проблемою сучасного фінансового ринку України можна назвати відсутність єдиного фондового центру. Це ускладнює зробити ринок прозорим, цілісним і не дає інвесторам впевненості у правильності свого вибору. Інвестор не віддасть своїх грошей туди, де від нього не приховують інформацію. Зазначені недоліки суттєво впливають на фінансову довіру дрібних інвесторів і на розміри коштів, що залучаються. Принцип цілісності ринку потребує впровадження єдиних підходів до функціонування організованих ринків на всій території України. Світова практика свідчить, що ринок неминує еволюціонує від хаотичності і роздробленості до цілісності, централізації. Це характерно для усієї фінансової системи ринкових відносин - як у межах однієї країни, так і в міжнародних фінансово-економічних відносинах.

Адекватне функціонування та взаємодія інформаційної, облікової системи та системи виконання угод створює умови для появи цілісного,

високоліквідного, ефективного і справедливого фондового ринку в Україні. Цей фундамент має забезпечити ефективність державного регулювання, необхідний рівень захисту прав власності інвесторів і має сприяти надходженню інвестицій в економіку України.

Важливо зауважити, що на даний час укладання та виконання угод щодо цінних паперів регулюється великою кількістю законодавчих і підзаконних актів, які регулюють майнові взаємовідносини. З одного боку, це загальне законодавство (Цивільний кодекс України, Закон “Про власність”, “Про нотаріат” тощо) із низкою підзаконних актів, а з іншого – спеціальне законодавство. Відсутність чіткої визначеності щодо порядку застосування загальних та /або спеціальних нормативно - правових актів дає можливість вирішувати долю учасників ринку цінних паперів суб’єктивно. Створення чітко зрозумілої і прозорої системи законодавчого регулювання надасть інвестору впевненість, що в Україні його права власності захищені.

#### Література:

1. Закон України ”Про національну депозитарну систему та особливості електронного обігу цінних паперів на Україні” від 10.12.1997, №710-97, ВВР
2. Закон України “Про державне регулювання ринку цінних паперів в Україні” від 30.10.1996 // Голос України,-1996-26лист.
3. Закон України “Про цінні папери та фондову біржу” від 18.06.1991// ВВР – 1991-№38
4. Барановський О. Ринок цінних паперів в Україні: стан, проблеми, перспективи// Віст. НБУ.-1997.-№9.-С.20-24.

## Отдел човешки ресурси

Студентка Климчук В.Р.

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини, Україна*

### **ЛІДЕРСЬКІ ЯКОСТІ СПРАВЖНЬОГО КЕРІВНИКА, ЯКІ ДОПОМОЖУТЬ ВИЖИТИ В СУЧАСНОМУ СВІТІ БІЗНЕСУ**

За останні роки, життя в світі бізнесу значно змінилося, і ті лідерські якості, які колись вважалися актуальними і необхідними, втратили свої функції. Беручи до уваги, що лідери світових корпорацій змінюють свою тенденцію, політику і public relations, досить важко залишатися осторонь всіх цих змін. Для того аби стати топ-лідером і керівником, необхідно мати кілька характерних якостей. Психологи дослідили, що те, чи буде людина гідним керівником також залежить і від типу її темпераменту. Найкращим типом темпераменту, сприйнятливою для лідерства є: сангвінік у поєднанні з холериком.

Лідерство – це властивість характеру (чесноти, свободи, самовдосконалення), а не темпераменту (біології і генетики). Уоррен Бенніс твердить «Лідерство – це метафора для зосередженості навколо необхідного центру. Для гармонії і рівноваги в житті» [2, с.155]. Отож, визначимо основні якості, які знадобляться керівнику, аби залишитися на плаву.

По-перше, це вміння налагоджувати зв'язки як зі партнерами, так і персоналом. Налагоджувати зв'язок не означає вести справи, це означає встановлювати добрі взаємини. Люди, які будують довкола себе міцне коло взаємин, завжди досягають успіху в бізнесі. Якщо ви зведете бізнес до базових принципів, то побачите, що його суть полягає у спробах людей продати якийсь товар іншим людям. Ця ідея може загубитися у плутанині, яку світ бізнесу в нескінченних пошуках переваги над конкурентами повсякчас створює навколо всього – від торгових марок і технологій до дизайну і ціноутворення.

По-друге, відповідальність перед бізнес-партнерами та споживачами. Вміти відповідати за свої вчинки і прийняті рішення, дають змогу бути визнаним як серед колег, так і серед штату. Ніколи не потрібно приховувати справжні помисли з приводу того чи іншого проекту. Також, потрібно враховувати, що сучасний лідер – це певною мірою друг. Він повинен бути відкритим як для



оточуючих, так і для колег. Звісно, що в міру, і особисте життя не повинне висвітлюватися на показ. Але зустрічі в дружній компанії з підлеглими в поза робочий час, підуть лише на краще, адже це дасть змогу зблизити колектив і дізнатися, яка атмосфера є на даний момент в команді.

Справжній лідер знає про всі тонкощі психології і вміє завжди підтримати чи допомогти, кому це дійсно потрібно. Чим більшої кількості людей ви допоможете, тим більше допомоги ви отримаєте натомість. Така система нагадує принцип успіху найвідоміших соціальних мереж. Чим більше людей мають до них доступ і користуються ними, тим вартіснішими вони стають.

Однією з найголовніших якостей є – впевненість у собі. Це, мабуть, одна з найголовніших рис. Адже, якщо керівник впевнений у своїх силах і рішеннях – це вселяє певну віру в колектив. Однак не потрібно зазнаватися. Бізнес – це світ нестабільності та конкуренції. Учорашній асистент сьогодні може стати впливовим керівником [2, с. 56-57].

Нещодавно компанією Robert Half International було проведено соціологічне опитування щодо портрету сучасного керівника, з яким хотілося б разом працювати, близько 75% з 6 000 офісних працівників, заявили, що хочуть мати наставника в особі боса. На думку людей, керівник повинен допомагати своїм підопічним і сприяти їхньому кар'єрному зростанню.

Важливо зазначити, що для ефективного управління організацією менеджмент потребує довіри персоналу, а довіра між керівництвом і підлеглими має бути взаємною, що полегшує взаєморозуміння [3, с. 38]. Керівник повинен викликати повагу та довіру до себе, це відображається на морально-психологічному кліматі в колективі і впливає на результат діяльності організації в цілому.

Основне психологічне якість хорошого керівника – спосіб його мислення. Під час прийняття практичних рішень керівник повинен бути в змозі мислити: перспективно і проблемно (дає можливість заздалегідь передбачити які-небудь труднощі і виробити стратегію їх подолання); системно (менеджер зобов'язаний розглядати будь-яку справу з різних позицій і передбачати всі впливові фактори); обґрунтовано і практично (розумний керівник здатний відрізнити факт від суб'єктивної думки, а реальний стан речей від удаваного); консервативно і одночасно непересічно (керівник повинен уміти гармонійно поєднувати свій накопичений досвід і новаторство свіжих підходів); оперативно (у сучасних

умовах ведення бізнесу важливо реагувати на будь-які зміни і тенденції максимально швидко і діяти раціонально); цілеспрямовано і послідовно (дані особистісні якості сучасного керівника дозволяють йому правильно виставляти пріоритети і відрізнити першочергове від другорядного); самокритично (менеджер просто зобов'язаний час від часу дивитися на свої дії з боку і приймати до уваги позитивний досвід інших людей). Керівник повинен постійно розвиватися і покращувати свої професійні навички [4]. Отже, справжній керівник і лідер в сучасному світі бізнесу повинен бути не тільки амбіційним, гнучким і впевненим, але і вміти знаходити креативний і, головне правильний вихід із будь-якої ситуації, який принесе його компанії ще більший успіх.

#### Література:

1. Романовський О. Г. Особистість сучасного керівника в аспекті теорії духовного лідерства / О. Г. Романовський, Н. В. Серета // Теорія і практика управління соціальними системами. - 2013. - № 3. - С. 20-27. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tipuss\\_2013\\_3\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tipuss_2013_3_4)
2. Кейт Феррацці Ніколи не їжте на одинці. – К.: Книжний клуб, 2016. – 352 с.
3. Пачева Н.О. Місце довіри в ефективному менеджменті / Н.О. Пачева // Економіка. Фінанси. Право. – 2018. – № 7/2. – С. 37-40.
4. Портрет сучасного керівника [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mykniga.com.ua/biograph/portret-suchasnogo-kerivnika.html>

**master`s degree A.E. Nurbay**  
**candidate of economic sciences Z.Sh. Aituganova**  
*al-Farabi Kazakh national University, Kazakhstan*

## **THE PHENOMENON OF SELF-EMPLOYMENT IN KAZAKHSTAN AS A REFLECTION OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT**

One of the important moments of social reality in Kazakhstan is the so-called "self-employed". Traditionally, this particular category of population is dominated by negative estimates. Such negative assessments, primarily due to non-payment of taxes, as well as pension contributions by persons of this group, can create social difficulties for the state in terms of social and pension provision in respect of these persons.

In addition, we consider the assumption that the state can hide the level of real unemployment in the country by including all citizens who are not registered in labor relations in the category of "self-employed" [1]. According to Kazakh statistics, the self-employed part of the country is 16.5% of the total population of the state or 33.3% of its able-bodied part.

Researchers of the phenomenon of self-employment say that they have difficulties in the classification and statistical accounting of self-employed persons associated with the high heterogeneity of this segment.

In the law of Kazakhstan on employment "self-employed-individuals, individual employers producing goods, services, work, including production necessary for personal consumption to generate income, members of the production cooperative, unpaid family workers and employers using the work of employees". However, a different concept has been adopted for the purposes of state statistics. Self – employment is "a type of employment whose remuneration directly depends on income from the production of goods and services".

There are four groups of self-employed workers:

- \* employers-individuals who have one or more employees and manage their own independent business activities in any sector of the economy or their private enterprise;

- \* self-employed workers;

- \* unpaid family workers;

\* members of producers' cooperatives.

What ways are proposed for the withdrawal of self-employed Kazakhstan from the shadow sector? In particular, the following solutions are proposed to this problem:

1. General provisions Targeted approach to job creation. Thus, the state provides not very attractive jobs for self-employed due to low wages and form of work. Modern approaches of the state to solving the problems of self-employed further increase the volume of the shadow economy.

2. Creation of jobs for self-employed and assistance in the creation of small and medium-sized businesses through the efforts of business structures.

3. Improving the skills of self-employed, taking into account the current and potential needs of the state and the labor market. Most training programmes are outdated and do not meet the requirements of the labour market, even in a formal way free retraining courses can be absolutely useless for self-employed citizens and for the urban industry.

4. Changing the state employment program, which is subject to many shortcomings.

5. On the example of neighboring Russia, the reduction of pension contributions, in which it is planned to reduce the burden on the payment of pension contributions for self-employed, whose annual income does not exceed 594,4 thousand rubles [2].

For its part, the state seeks to solve the problem of self-employment through the implementation of the program "business Road map-2020". Within the framework of this program, work is underway to subsidize and guarantee business initiatives. The Ministry of Finance is working to destroy one-time tickets for trading on the market. The program of development of agro-industrial complex till 2020 is accepted. Work is underway to reduce administrative barriers. The terms of registration as individual entrepreneurs have been reduced, the relevant procedures are carried out in a simplified manner.

In addition, on behalf of the head of state within the Strategy "Kazakhstan-2050" the government was instructed to adopt a comprehensive program "employment Roadmap 2020", which implements a number of measures, including the development of basic villages.

Within the framework of the Road map, the task is to determine the status of personal subsidiary plots, i.e. to adopt the law "on personal subsidiary plots" and to amend the law "on employment of the population".

The government of Kazakhstan within the pension reform plans to introduce special tax benefits for the self-employed population: taxes of entrepreneurs are reduced by the amount of pension contributions transferred to them and their employees [3].

There is no single definition for self-employed in the world. In Kazakhstan and other post-Soviet countries, during the conversation about self-employed, they primarily refer to persons who do not have the status of a legal entity and do not pay taxes, and perceive them as a problem that needs to be addressed in this regard. In Western countries, on the contrary, they support people employed in the formal sector and informal self-employment, knowing that there is a contribution to solving the problems of unemployment. In addition, it can be assumed that in developed countries the level of informal self-employment is much lower than in developing countries [4].

Analyzing the current situation of self-employment in Kazakhstan, the following table presents data, and in accordance with it it can be observed that a greater degree of the average population of this category. However, according to the specifics of 73% of self-employed work as a self-employee, 21%-as a personal part-time farms. As for the level of education, we see that the majority of self-employed citizens are only holders of secondary General and secondary vocational education. In addition, we see that the citizens of this category in terms of income receive income from one fifth less than 50 000 tenge, in this regard, low incomes, the state implements the above - mentioned program "employment roadmap 2020". And such programs as " Nurly Zhol", " business Road map – 2020", " development of regions", " development of services", " Agribusiness – 2020", "development of regions". However, 7.3% of self-employed people do not know about these programs, which means that more about the presence of such programs should be covered through the media.

In order to reduce the share of self-employment and unemployment by the state is actively working. With the help of the implemented programs by 2025 the forecast of achievement of the following results is formed: Annual additional GDP growth of 0.8 %; Creation of at least 500 new entrepreneurs; Growth of monthly income of self-employed citizens to 36 %.

The positive result of the work carried out by the state clearly shows that for the country's economy. In this regard, at the initiative of the head of state, in the next 5-7 years the number of individual entrepreneurs in the country will increase, the competitiveness of the national economy will increase and economic growth will be achieved.

## REFERENCES

1. General provisions self-Employment as a direction of state policy in the field of human resources management in innovative entrepreneurship / Bulletin of the Siberian automobile and road Academy (Omsk). - 2012. - №3. - P. 134.personnel management.

2. Ust-Kamenogorsk the Problem of self-employed people should be sought in the economic reality. [Electronic resource] access Mode: <http://www.zakon.kz/4545093-problemu-samozanyatogo-naseleniya.html>

3. D. Satpaeva self-Employed: out of the game [Electronic resource] access Mode: <http://www.avestnik.kz/?p=22774>

4. S. Kiriyyenko P., Klimov M. T. E. population self-Employment and informal labor market in Russia // problems of Economics. - 2015. - №4. - P. 9-12.

## Маркетинг и управление

Шевчук Ю.Т., студ. 4-го курсу напрямку підготовки 6.030507

«Маркетинг», к.е.ц., доц. Скригун Н.П.

Національний університет харчових технологій, м. Київ

### ІМІДЖ ЯК ЧИННИК ЗМІЦНЕННЯ РИНКОВИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах ринкової конкуренції між підприємствами, які пропонують ідентичні товари та послуги, основним завданням є завоювання більшої частки ринку збуту, а також приваблення потенційного споживача задля зміцнення своїх ринкових позицій.

Наразі час підприємства широко використовують паблік рилейшнз (PR), тобто послуги, які полягають у формуванні громадської думки щодо тієї чи іншої чи іншої фірми через рекламну діяльність, публікації у пресі, виступи на радіо і телебаченні, виставки, ярмарки, презентації тощо. Імідж прийнято розуміти як позитивний образ підприємства. Складовими елементами іміджу фірми є її історія, а й стосунки фірми з суспільством, внутрішня культура та філософія, а також комплекс всіх деталей, що відображають індивідуальність фірми і зв'язок з суспільством. Система комунікативних засобів – це факти й назва підприємства, певні знаки, символи, логотипи, колірні комбінації та інше.

Одним з найважливіших факторів підвищення конкурентоспроможності фірми на ринку товарів і послуг є її позитивний імідж, який вона створює і продукує різним цільовим групам і групам громадськості [6].

Імідж підприємства – образ підприємства, який існує у свідомості споживачів. Інші визначення поняття «імідж» наведено у табл. 1.

## Сутність поняття «імідж»

№	Автор	Тлумачення
1.	Д. Доті	Імідж – це все і всі, хто має хоч якийсь відношення до компанії і пропонує нею товари і послуги; це витвір, що постійно створюється як словами, так і образами, які химерно перемішуються і перетворюються в єдиний комплекс [7].
2.	Ф. Котлер	Імідж – сприйняття компанії чи її товарів суспільством [3].
3.	Н. Вебстер	Імідж – це штучне створення неперевершеного образу [2].
4.	П. Берд	Імідж – це певний образ особистості, в якому найяскравіше втілення, те як особистість виглядає, говорить, одягається, діє; її вміння триматися, постава, поза і мова тіла, аксесуари [4].
5.	О. Феофанов	Імідж – образ-подання, що методом асоціацій наділяє об'єкт додатковими цінностями (соціальними, психологічними, естетичними), що не мають підстави в реальних властивостях самого об'єкта, але мають соціальну значимість для реципієнтів такої образ [8].
6.	О. Петрова	Імідж – категорія, універсально застосована до будь-якого об'єкта, що стає предметом соціального пізнання: до людини (персональний імідж), організації (корпоративний імідж), соціальної позиції (імідж політичного діяча), професії (імідж юриста), освіти (імідж випускника вузу), до торговельної марки, до предметів, до окремих споживчих характеристик матеріальних об'єктів (імідж якості) [5].

З табл. 1 можна зробити такий висновок, що поняття «імідж» має багатогранне значення, тобто це той чи інший образ, який виникає у сприйнятті певного товару, послуги чи навіть особи. При створенні іміджу використовують такі інструменти: позиціонування – розміщення фірми у ринковому середовищі, зайняття позиції, яка б відрізнялася від позицій конкурентів; маніпуляція – переведення уваги з головного об'єкта на інший; міфологізація – створення міфу, в який цільова аудиторія підсвідомо бажає вірити і який не підлягає перевірці, тому що підтверджується загально прийнятими фразами: «усі так думають», «усі про це знають», «це всім відомо» тощо; емоціоналізація – подання емоційно-цікавої, різноманітної інформації, яка і зацікавить, і заохотить, і краще запам'ятається; візуалізація – створення візуальних елементів іміджу: товарних знаків, логотипів, кольорів, форми упаковки тощо [1]. Важливим у створенні іміджу є надання інформації, яка у сприйнятті конкретної аудиторії створить позитивне ставлення, сприйняття та оцінку.

Отже, у сучасних умовах імідж є однією з найважливіших складових конкурентоспроможності підприємства, базовою передумовою його успішної



діяльності. Адже правильно створений і реалізований імідж впливає на вибір споживачів і суттєво знижує вплив конкурентів. З одного боку імідж – це інструмент спілкування з цільовою аудиторією через певний позитивний образ у клієнта, а з іншого – він підказує аудиторії, на що саме потрібно звернути увагу, і тим самим формує позитивне ставлення.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Імідж підприємства: проблеми формування та реалізації [Електронний ресурс]. – Електрон. текстові дані – Режим доступу: <http://ukrref.com.ua/index.php?id=ODUyMQ%3D%3D>
2. Інформаційний бізнес [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://pidruchniki.com/73998/marketing/formuvannya\\_imidzhu\\_informatsiyного\\_pi\\_dpriyemstva\\_tovaru](https://pidruchniki.com/73998/marketing/formuvannya_imidzhu_informatsiyного_pi_dpriyemstva_tovaru)
3. Менеджмент організацій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://pidruchniki.com/16520205/menedzhment/imidzh\\_organizatsiyi\\_yogo\\_harakte\\_ristika\\_vzayemozvyazok\\_kulturoyu](https://pidruchniki.com/16520205/menedzhment/imidzh_organizatsiyi_yogo_harakte_ristika_vzayemozvyazok_kulturoyu)
4. Педагогіка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://pidruchniki.com/88612/pedagogika/shemi\\_tablitsi](https://pidruchniki.com/88612/pedagogika/shemi_tablitsi)
5. Петрова Е. А. Психология имиджа: Психологический поход // ежегодник Российского психологического общества. – Т. 9. Вып 2. – М., 2002. - 72-89 с.
6. Позитивний імідж фірми як фактор її конкурентоспроможності [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://stud.com.ua/52516/ekonomika/pozitivniy\\_imidzh\\_firmi\\_faktor\\_konkurentospr\\_omozhnosti](https://stud.com.ua/52516/ekonomika/pozitivniy_imidzh_firmi_faktor_konkurentospr_omozhnosti)
7. П'ятіна О. С. Основні підходи до сутності іміджу в теорії і практиці державного управління / О. С. П'ятіна // Державне управління: теорія та практика. – 2014. – № 3. – 35-44 с.
8. Феофанов О. А. Агрессия лжи / О. А. Феофанов // Агрессия лжи // М.: Политиздт, 1987. – 398 с.

**Тыныбаева М.Е., Алексеева К.С.**

*Алматы Менеджмент Университет, Казахстан*

## **ИВЕНТ-МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ**

Ивент-маркетинг — это многоплановый и действенный маркетинговый канал, становящийся все более важным для разных сфер бизнеса. И подтверждением тому служит увеличивающийся бюджет, закладываемый на него компаниями.

В эпоху современных технологий, когда перед потребителями проходят тысячи цифровых сообщений в разнообразных формах, реальные мероприятия обладают преимуществом, позволяющим им прорваться сквозь этот «шум».

Ивент-маркетинг представляет собой один из наиболее прямых и персональных способов связи с целевой аудиторией. Проведение мероприятий, однако, никогда не бывает простым и требует наличия контроля над множеством подвижных вещей.

Перед запуском любой маркетинговой кампании необходима формулировка точной, измеряемой, достижимой цели с заданным конечным сроком. Конкретность в постановке целей позволит лучше управлять процессом и общаться с членами команды. Измеримость способствует правильной оценке эффективности ивент-кампании. Достижимость дает устойчивое ощущение успеха на протяжении всего процесса планирования. Ориентированность на результат помогает сосредоточиться на том, как выбор каждой цели повлияет на исход. И, наконец, своевременное выполнение задач и установление сроков обеспечит реализацию всего задуманного и развитие событий в нужном темпе. Рассматривая процесс в качестве временной шкалы, можно быстрее понять приоритеты в задачах и упростить возможные коррективы по мере продвижения кампании.

Четкое представление о том, как должно проходить событие, позволяет обеспечить место для проведения ивента - первая задача, о которой следует позаботиться, поскольку популярные локации часто необходимо бронировать за несколько недель или месяцев.

Обеспечение спонсорской поддержки является одной из самых сложных задач, но она крайне важна, если готовится крупномасштабное мероприятие. Помимо того, что связь с потенциальными спонсорами должна произойти как можно раньше, так и необходимо подготовить привлекательный спонсорский пакет, которому будет трудно сказать «нет». Нужно указать конкретные показатели, наиболее интересные целевым спонсорам, и использовать эти моменты как часть спонсорского пакета.

Представление бренда, стоящего за событием, можно осуществить с помощью интуитивного пользовательского опыта и удобного в использовании событийного лендинга.

Следует сделать все по максимуму просто, но при этом донося основное послание ивента, а именно ответ на вопрос, почему пользователям стоит посетить мероприятие.

Ниже можно увидеть отличный пример простого, привлекающего внимание и убеждающего сайта, предлагающего запоминающийся пользовательский опыт:



*Virgin Disruptors. Люди, вносящие перемены. Все в Virgin связано с вдохновением, инновациями и обеспечением ощутимых изменений в бизнесе и мире в целом. Присоединитесь к нам на однодневную конференцию, способную изменить как вашу личную, так и профессиональную жизнь, послушайте*

*влиятельных спикеров, включая Ричарда Брэнсона, вступите во взаимодействие с интерактивными инсталляциями и пообщайтесь с мыслящими в одном с вами направлении людьми. Понедельник, 3 октября 2016 года*

При организации мероприятия необходимо также продумать, как именно поделиться им с миром. Для этого и должна быть определена стратегия для социальных медиа:

Использование фирменных хэштегов события — коротких, простых и запоминающихся. Включение их в как можно большее количество сайтов или маркетинговых материалов (главное, чтобы это не выглядело, как спам).

Превращение посетителей мероприятия в промоутеров. Именно эти люди будут испытывать наибольший эмоциональный подъем под влиянием ивента. Сыграть на этом можно, устроив конкурс в социальных сетях, розыгрыш призов среди тех, кто получит наибольшее число лайков, ретвитов, расшариваний и т.п.

Заблаговременное создание онлайн-группы. Социальные медиаплатформы должны быть задействованы еще до мероприятия, чтобы создать вокруг него шумиху. Кроме того, это предоставит посетителям способ коммуникации, познакомившись, они с нетерпением будут ждать личной встречи.

Одной из главных форм общения между организаторами и гостями будет электронная почта. Настройка автоматизированной кампании, позволяет автоматически отправлять электронные письма по мере приближения события. Стоит иметь в виду, что будет, по крайней мере, три отдельных потока корреспонденции: для участников, докладчиков и спонсоров. Чем более значима будет каждая из этих кампаний для разных типов получателей, тем больше вероятность того, что получится высокий уровень взаимодействия.

Помимо живого опыта, мероприятия являются источником оригинального контента, который можно использовать для будущих маркетинговых кампаний. Необходима изобретательность в обыгрывании контента до, во время и после события. Возможно:

создание Facebook Live накануне события и запечатление интересных моментов организации мероприятия.

проведение сессии вопросов и ответов в прямом эфире, чтобы люди могли поучаствовать в ивенте виртуально.

описание основных моментов в блоге, как только мероприятие закончится, и объяснение, что можно ожидать от участия в конференции в следующем году.

Существует множество способов извлечения контента из событийного маркетинга.

После самого мероприятия обязательно получение отзывов ото всех участников, включая спонсоров, гостей и докладчиков.

Хотя опросы обычно ассоциируются с анализом постфактум использование их на протяжении всего процесса планирования только способствует улучшению конечного результата. Перед началом мероприятия стоит отправить анкеты посетителям, чтобы оценить, какой тип контента, семинаров и докладчиков они надеются увидеть. Во время мероприятия можно использовать приложение для отправки опросников в режиме реального времени, где спрашивается мнение относительно определенной панели или семинара, а также мысли о событии в целом на момент опроса.

Как только мероприятие официально подойдет к концу команда должна внимательно просмотреть данные о событиях и соотнести их с исходными целями и показателями.

Ивент-маркетинг поначалу может показаться весьма сложной задачей, но он становится гораздо более управляемым, когда правильно настроены все системы.

Ивент-маркетинг предстает как коммерческий продукт, обладающий свойствами новизны и оригинальности, созданный с учетом заданных маркетинговых параметров, способный, при условии эффективного управления, превратиться в качественный бизнес-проект, приносящий прибыль. В экономических отношениях событийный маркетинг и инновации являются двуединой сущностью, имеющей функциональную общность: будучи включенными в производственный процесс, повышают эффективность деятельности предприятия, улучшают качество производимого продукта, повышая его конкурентоспособность.

Ивент-маркетинг является неотъемлемой компонентой системы коммуникационного маркетинга. Сущностные характеристики событийного маркетинга - это оригинальность, нестандартность, новизна, как следствие, высокая степень привлечения внимания потребителей и запоминаемость бренда. Использование событийного маркетинга не ограничивается рамками рекламы и PR. Изучение и использование ивент маркетинга должно осуществляться в рамках всех маркетинговых коммуникаций.

**Смагулова Ж.Б., Коржынбаева З.**

*Кызылординский государственный университет имени Коркыт Ата,  
Казахстан*

## **МЕРЧЕНДАЙЗИНГ ПАРФЮМЕРИИ – ВЫКЛАДКА ТОВАРОВ**

Согласно исследованиям американских маркетологов Э. Райса и Дж. Траута, удержать своего покупателя в 3 раза легче, чем приобрести нового [2]. Покупатель должен быть очень доволен товаром или магазином, чтобы в условиях возрастающей конкуренции сохранять им верность. Лояльные к магазину покупатели обычно составляют около 35% (чем более дорогой и редкий товар, тем выше должен быть этот показатель, иначе существование магазина окажется под угрозой) [1].

Мерчандайзинг в магазине косметики является не просто средством коммуникации с клиентами, но и эффективным стимулом для увеличения объема продаж. Вне зависимости от размера торговой площади правильная выкладка продукции способствует увеличению: расширению клиентской базы; увеличению лояльности покупателей; росту дохода

Увеличить продажи магазина можно, используя так называемые три «золотых» правила визуального мерчандайзинга.

Выделение товара.

На фоне другой продукции должны быть выделены «ТОП-позиции». Например, к ним относится товар, который нужно продать в первую очередь. Акцентировать внимание на нем можно посредством выкладки большого количества одинаковой продукции в виде горки или пирамиды. Вторым инструментом для выделения является цвет упаковки или мини-вывесок. Лучше всего подходят красные тона и желто-оранжевые оттенки

Главные товары устанавливаются на уровне глаз.

Зачастую взгляд клиента направлен вперед, прямо перед собой, поэтому товар нужно ставить на уровне глаз – примерно 70–160 см от пола. Эта территория называется «золотой зоной». На нее приходится около 70% покупок. Длина выкладки продукции может варьироваться от 50 до 190 см. В этом случае

важно делать ротацию товара, т.е. перемещать единицы с более старой датой производства ближе к покупателю, а со свежими сроками – вглубь полки. Таким образом, вероятность появления просрочки и неликвида сводится к минимуму.

Дополнительный ассортимент может размещаться на полках выше/ниже «золотой зоны». Их называют – «серебряная зона», так как на нее приходится около 25% покупок клиента. Самые высокие и низкие полки стенда используются для размещения складского запаса.

Если переместить продукцию с нижней полки в «золотую зону», продажи данного ассортимента увеличатся примерно на 65–75%. Опуская товар с «золотой полки» в «серебряную зону», (на уровень протянутой руки) можно уменьшить объем реализации на 20–30%

Популярным способом выкладки ассортимента парфюмерии является группировка ее по брендам. Она подразумевает расположение всех позиций одного производителя корпоративным блоком в рамках определенной секции.



Рис.1 – выкладка товаров по брендам

Группировка парфюмерной продукции может быть сделана, ориентируясь на класс товара: духи; парфюмированная вода; туалетная вода; одеколоны.

Большинство брендов выпускают не одну линейку парфюма, а несколько серий различных классов. Исходя из категории, к которой принадлежит ассортимент конкретного производителя, формируются товарные стенды. На них может быть представлена продукция одного и того же производителя, отличающаяся качеством, целевым предназначением, ценовой категорией.

Если позволяет торговая площадь, оформление витрины для парфюмерии можно сделать по их компонентному составу, т.е. консистенции. Например, стеллаж для сухих духов, полка для парфюмированной воды, стенка для продукции на масляной основе или воскообразных средств.

Размещение товара в торговом зале может быть сделано по половозрастному принципу. Парфюмерия выкладывается на полки отдельно для мужчин, женщин, подростков и детей. Для посетителей магазина такой вариант оформления витрины считается весьма удобным.

Эффективный мерчандайзинг парфюмерии в магазине может базироваться на нескольких оригинальных идеях:

- «Объемная выкладка» – демонстрация товара «в куче» или «навалом». Для этого необходимо подобрать вместительную емкость, например, корзину или большую коробку, и «насыпать» в нее флаконы. Преимущество объемной выкладки в том, что она невольно воспринимается покупателями как распродажа.

- «Правильное окружение» («соседство товаров»). За счет известных либо популярных позиций можно существенно увеличить продажи «слабых» единиц. Для этого парфюм-лидер должен находиться в начале и в конце полки, а посередине нужно расположить менее ходовые товары.

Раскрывая секреты, как увеличить продажи духов, специалисты утверждают, что в торговом зале нужно использовать всевозможные способы демонстрации продукции. На сегодняшний день существует 3 основные варианта выкладки ассортимента: по вертикали, по горизонтали, в виде дисплея [2]

### **Список литературы:**

1. Сысолятин А.В. Особенности мерчандайзинга парфюмерно-косметических товаров // Nauka-rastudent.ru. – 2015. – No. 05 (17) / [Электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: <http://nauka-rastudent.ru/17/2640/>
2. <https://www.ekam.ru/blogs/pos/merchandajzing-v-magazine-kosmetiki>  
Мерчандайзинг в магазине косметики: увеличиваем продажи
3. Березина Е.А. Принципы осуществления мерчандайзинговой деятельности // Проблемы современной науки и образования. 2014. № 10 (28). С. 72-74.
4. Канаян К. Мерчандайзинг [Текст] / К. Канаян. – М.: РИП-холдинг, 2012. – 315 с.



## Счетоводство и одит

**К.е.н. Булкот Г.В., магістр Поліщук М.В.**

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

### **ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

Аудит розрахунків з оплати праці на підприємстві займає більшу частину аудиторської перевірки, оскільки частина обліку є специфічною та вимагає від аудитора особливої уваги і сконцентрованості. Перевіряючим необхідно постійно слідкувати за змінами у прожитковому мінімумі та мінімальній заробітній платі, оскільки від цих величин залежать розмір податкової соціальної пільги при утриманні податку з доходів фізичних осіб, розмір доходу, до якого застосовується податкова соціальна пільга, розмір внесків до Фонду соціального страхування з тимчасової втрати працездатності, що утримуються із заробітної плати працівників тощо [1].

Основною метою аудиту розрахунків з оплати праці є не лише виявлення порушень і зловживань, а й знаходження резервів економного витрачання коштів на оплату праці, матеріальну допомогу, позики, що можливе за допомогою поглибленого аналізу.

При проведенні аудиту розрахунків з оплати праці необхідно перевіряти дотримання трудової дисципліни й трудового законодавства; встановлювати відповідність фактичної структури й штату підприємства; визначати організацію та стан обліку оплати праці й розрахунків з персоналом; проконтролювати правильність встановлених тарифних ставок, місячних окладів, відрядних розцінок та норм виробітку, своєчасність і правильність розрахунків з персоналом з оплати праці і т.д.

Перевіряючи розрахунки з персоналом з оплати праці, аудитор повинен встановити, які форми та системи оплати праці використовуються на підприємстві; чи є внутрішнє положення про оплату праці персоналу та колективний трудовий договір: перевірити списковий та середньо списковий склад працівників, прийнятих на роботу з дня зарахування.

Основними порушеннями при обліку розрахунків з оплати праці на підприємствах є : розкрадання, зловживання, помилки в області нарахування та використання заробітної плати на підприємстві можуть бути класифіковані в такий спосіб: неправильне нарахування заробітної плати персоналу підприємства; зловживання при здійсненні утримань із заробітної плати працівників; документальні порушення; розкрадання грошових коштів за рахунок заробітної плати [2].

Для того щоб знайти всі ці порушення аудитор має дотримуватися чіткої програми для перевірки використання трудових ресурсів і фонду оплати праці підприємств: перевірка організації кадрової політики підприємства; перевірка правильності планування витрат на оплату праці та нарахування; аудит дотримання нормативно-правових актів при нарахуванні оплати праці, утримань із неї правильності і ведення бухгалтерського обліку розрахунків з оплати праці; перевірка правильності організації праці, дотримання встановлених розцінок, посадових окладів, тарифних ставок; аудит за правильністю оформлення документів, пов'язаних з нарахуванням і виплатою заробітної плати; перевірка своєчасності й правильності нарахування і виплати заробітної плати згідно з чинною системою оплати праці; перевірка своєчасності та відображення в обліку розрахунків за депонованою заробітною платою; перевірка правильності здійснення розрахунків з бюджетом і органами соціального страхування; перевірка документального оформлення розрахунків з підзвітними особами; перевірка обґрунтованості витрат на службові відрядження працівників підприємства; перевірка доцільності здійснення витрат на матеріальну допомогу; перевірка повноти відшкодування збитків матеріально-відповідальними особами.

На основі усіх вищезгаданих завдань можна сформулювати наступні напрямки роботи аудитора, котрий перевіряє розрахунки з оплати праці. Таким чином, основну увагу потрібно звернути на: форму оплати праці, котра використовується на підприємстві; календарний, режимний та ефективний фонд робочого часу; формування основного та додаткового фонду оплати праці та його використання; бухгалтерський облік розрахунків з оплати праці (а саме рахунок 66 «Розрахунок за виплатами з працівниками» та 65 «Розрахунки за страхуванням»). Також одним із важливих напрямків аудиту розрахунків з оплати праці є вивчення та аналіз заходів, котрі використовують власники

підприємства для того, щоб своєчасно виплачувати заробітну плату та стягувати нарахування із неї [3].

Отже, узагальнюючи все вище викладене, можна зробити висновок, що аудит розрахунків з оплати праці на підприємстві є досить трудомістким процесом, що вимагає уважності та ретельності від аудитора, оскільки витрати на оплату праці займають досить значну частку у структурі витрат підприємства. Тому, організація та методика проведення аудиту розрахунків з оплати праці та інших виплат працівникам повинна бути об'єктом постійної уваги науковців і спеціалістів у даній галузі, оскільки це пов'язано з високою трудомісткістю виконуваних перевірок, постійних змін в трудовому та податковому законодавстві, широкою варіантністю форм оплати праці.

### Література:

1. Жогова О. Б. Аудит розрахунків з оплати праці. *Незалежний аудитор*. Київ, 2013. № 7 (18). С. 10-15.
2. Сахно Л. А., Кондратюк О. В. Аудит з розрахунків оплати праці. *Молодіжний економічний дайджест*. Київ, 2015. № 4. С. 103–108.
3. Юр'єва І.А., Березіна Т. Особливості аудиту розрахунків з оплати праці. *Наука і освіта – запорука розвитку*. Харків, 2013. № 67. С. 52-54.

**К.е.н. Булкот Г.В., студентка Дорошук Н.В.**

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

## **ОРГАНІЗАЦІЯ КОНТРОЛЮ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

Виробничі запаси становлять значну частину майна підприємства – на промисловому підприємстві їх номенклатура може обчислюватися десятками тисяч найменувань. Інформація про рух в облікових документах виробничих запасів складає більше, ніж 30 % всієї інформації з управління виробництвом, тому контроль стану обліку, повноти і своєчасності оприбуткування, правильності зберігання та використання виробничих запасів є актуальним завданням. Метою контролю операцій із запасами є: встановлення достовірності первинних даних, наявності і руху виробничих запасів; повноти та своєчасності відображення у первинних документах та облікових регістрах; відображення в обліку відповідно до облікової політики підприємства. Звідси можна виділити такі завдання контролю виробничих запасів: визначення законності проведених операцій із запасами; контроль збереження запасів у складських приміщеннях, їх відображення у бухгалтерських документах; контроль руху та вибуття виробничих запасів відповідно до облікової політики підприємства; оцінка системи внутрішньогосподарського контролю руху запасів на підприємстві; контроль нормативів використання запасів і віднесення їх до складу собівартості продукції. Контроль запасів – важлива частина контролю діяльності підприємства, оскільки якісні матеріали забезпечують виготовлення конкурентоспроможної продукції. Виділяють такі особливості внутрішнього контролю: виділення шляхів руху запасів на підприємстві; визначення матеріально-відповідальних осіб за рух та зберігання запасів; визначення втрат і розтрат запасів неналежно оформлених у документації; зіставлення фактичної та документальної наявності запасів під час інвентаризації; контроль за здійсненням зберігання запасів на кожній ділянці.

Проведення внутрішньогосподарського контролю запасів включає декілька етапів, а саме: 1. Визначення фактичного стану організації складського

господарства запасів на підприємстві; 2. Порівняння фактичних даних про запаси з даними бухгалтерського обліку або плановими показниками; 3. Оцінка виявлених відхилень та ступеня їх впливу на функціонування підприємства; 4. Узагальнення результатів контролю та виявлення причин зафіксованих відхилень [2]. Здійснення контролю за цими етапами сприятиме наданню об'єктивної інформації про фактичний стан діяльності підприємства на даний час і сприятиме швидкому і якісному вирішенню всіх порушень та попередженню можливих майбутніх.

Внутрішньогосподарський контроль включає такі методичні прийоми, як органолептичні, розрахунково-аналітичні та документальні методичні прийоми контролю. Дана система методичних прийомів контролю конкретизується процедурами перевірки, пов'язаними з інвентаризацією матеріальних цінностей, контрольними замірами і контрольними запусками використання матеріалів на виробництво, суцільним і вибірковим спостереженням та службовим розслідуванням [1].

До найбільш типових помилок відображення виробничих запасів відносять: не проведення інвентаризації у разі зміни матеріально-відповідальних осіб, виявленні фактів розкрадання, псування цінностей, у разі стихійного лиха, пожежі або інших надзвичайних ситуацій, при реорганізації або ліквідації організації; неоформлення договорів про матеріальну відповідальність із матеріально-відповідальними особами; нерегулярність проведення інвентаризації руху запасів; недотримання обраного методу вибуття запасів від встановленого в обліковій політиці; порушення відображення ПДВ по запасах, що надійшли.

Підсумовуючи вищевикладене, слід зазначити, що запаси є одним із найважливіших факторів забезпечення стійкості і безперервної діяльності підприємства з метою отримання максимально можливого прибутку. Ефективне використання і зберігання запасів є основною умовою успішної і довгострокової діяльності підприємства.

Основною причиною неефективного управління діяльністю є відсутність налагодженої системи контролю, яка забезпечила б захист майна власника від нерационального використання та розкрадання. Це обмежує використання сучасних методів управління запасами. Отже, необхідно створити налагоджену систему управління виробничими запасами за рахунок створення

взаємозв'язаних узгоджених систем бухгалтерського обліку і внутрішнього контролю за діяльністю на підприємстві. Саме це забезпечить достовірні дані в процесі бухгалтерського обліку запасів підприємства, повноту і своєчасність відображення господарських операцій в облікових регістрах та правильність ведення обліку відповідно до прийнятої облікової політики підприємства. Тому, контроль відіграє одну із провідних ролей у діяльності підприємства, оскільки саме контроль забезпечить стабільну і довгострокову діяльність підприємства та отримання максимально можливого прибутку.

Література:

1. Гуцайлюк З.В. Некоторые вопросы реформирования системы бухгалтерского учета: концепция и реализация. Бухгалтерский учет и аудит. 2007. № 10. С. 11—17.
2. Нападовская Л. В. Управленческий учет: суть, значение и рекомендации по его использованию в практической деятельности отечественных предприятий. Бухгалтерский учет и аудит. 2005. № 8–9. С. 50–62.

**К.е.н. Булкот Г.В., студентка Малова А.Є.**

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

## **РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ В УПРАВЛІНСЬКОМУ ОБЛІКУ**

В процесі господарської діяльності виникають різного роду проблеми, але усі вони зумовлені недостатньо ефективною організацією процесу управління, спрямованою на швидке реагування, пошуку нових методів управління і її інформаційного забезпечення.

Внутрішній контроль це контроль з боку господарства за діяльністю всього підприємства, або окремих підрозділів, інформація для якого надається керівникові з системи бухгалтерського обліку, про всі фінансові, економічні та грошові операції.

Однією з головних проблем в реалізації ефективного управлінського процесу є відсутність у діяльності підприємства належної організації внутрішнього контролю. Також можна додати до важливих недоліків відсутність чіткого розмежування контрольних функцій покладених на бухгалтерський, економічний відділи та контрольно-ревізійну службу.

Тому, на всіх організаціях для полегшення управління господарськими процесами слід розпочинати з активації внутрішнього контролю працівників бухгалтерії, як зазначено у нормативно-правових актах, зокрема у законі України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» [1].

На сьогодні можна визначити такі недоліки ефективності роботи служб внутрішнього контролю:

1) зловживання службовим становищем (несплата в повному обсязі всіх необхідних податків; привласнення грошей шляхом надлишкового їх списання по касі; привласнення основних засобів, що обліковуються на балансі підприємства та ін.);

2) невиконання або неякісне виконання службових обов'язків (нехтування важливістю документів, їх підписання без «занурення» у зміст; проведення інвентаризації лише на папері; здійснення купівельних операцій там, де вигідно відповідальній особі, а не самому підприємству тощо);

3) неправильна оцінка операцій із заготівлі, виробництва чи реалізації з точки зору доцільності й раціональності.

Але констатація цих факторів ніяк не допоможе вирішенню проблеми, потрібна розробка заходів профілактики для запобігання появи їх в майбутньому.

Іншою негативною тенденцією у системі внутрішнього контролю є збільшення кількості та частоти появи фактів правопорушень та випадків розкрадання майна підприємства. Для запобігання цього потрібно налаштовувати оптимальну систему зв'язків усіх елементів системи.

Для початку керівництво має встановити мету, завдання та принципи контролю, а також вплив різноманітних чинників на інструменти, що забезпечують досягнення поставленої мети. Важливою частиною даного етапу є своєчасне отримання достовірної інформації про об'єкти, що перебувають під контролем.

Також не останню роль відіграє кваліфікаційний рівень кадрів, які здійснюють контроль та підвищення їх професійного рівня.

Для зручного користування і своєчасності надання інформації ведення внутрішнього контролю пропонується впроваджувати програмні бази, це також підвищить ефективність і точність наданих даних виконавцям контролю. Розробка даних програмних продуктів має спиратись на специфіку підприємства, нормативну базу, внутрішні регламентуючі документи і забезпечувати лише правомірний контроль.

Отже, узагальнюючи все вище викладене, можна зробити висновок, що для запобігання правопорушень та випадків розкрадання майна підприємства потрібно налаштовувати оптимальну систему зв'язків усіх елементів системи. За для зручності користування і ефективності використання інформації внутрішнього контролю пропонується впроваджувати програмні бази.

#### Література:

1. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні». 16.07.99. № 996-XIV. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2164-19>



**К.е.н. Булкот Г.В., студентка Стріха А.С.**

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

## **ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

Сучасні умови розвитку української економіки, гармонізація у напрямку до міжнародних стандартів визначають необхідність контролювання фінансових результатів підприємств. Фінансовий результат є не тільки обліковим показником, а й являє собою систему економічних показників. Він відображає головні аспекти діяльності підприємства: технологію, організацію та результати виробництва, реалізацію продукції (товарів, робіт, послуг), їх якість та асортимент, конкурентоспроможність на внутрішньому і зовнішньому ринках, ефективність використання усіх видів ресурсів, результати ділового партнерства.

Джерелами інформації для проведення контролю фінансових результатів виступає не лише фінансова, а й статистична та податкова звітності; дані синтетичного та аналітичного обліку; інші джерела (фінансові та бізнес-плани, результати аналітичних досліджень тощо). Інформація про фінансові результати становить інтерес як для зовнішніх користувачів (потенційних та існуючих інвесторів, банків, ЗМІ, постачальників та покупців, громадськості, яких цікавить надійність інвестицій, рівень добробуту працівників, співробітництво) так і для внутрішніх користувачів (акціонери, власники, засновники, керівники, які використовують її для прийняття управлінських рішень). Тому, перш за все, для коректного складання звітності, її точності, оптимальної деталізації та повноти охоплення виникає необхідність організації служби внутрішньогосподарського контролю за фінансовими результатами діяльності підприємства, цілями функціонування якої є: своєчасне складання документів; організація системи внутрішнього контролю; контроль за господарською діяльністю, активами, їх джерелами та власним капіталом, підбір та розстановка кадрів.

Таким чином, контроль фінансових результатів підприємства здійснюється з метою знаходження шляхів ефективнішого управління

підприємством, пошук резервів для підвищення фінансових результатів господарюючого суб'єкта і, як наслідок, виконання основної мети фінансового менеджменту – підвищення добробуту власників підприємства [1, с.9]. Цей процес повинен охоплювати моніторинг усієї діяльності, бо, навіть одна невірно відображена господарська операція прямо чи опосередковано буде впливати на результат діяльності звітного періоду. Отже, для оперативного виправлення або попередження помилок необхідно застосовувати такі види контролю: 1. Попередній – контрольні процедури щодо операцій, які ще не відбулися; 2. Поточний – проводиться під час виконання операцій з метою їх правильного відображення для вчасного попередження негативних наслідків і негайного повідомлення про загрози щодо недоцільності, порушення вимог проведення, шахрайства. Цей вид контролю має охоплювати усі 3 напрямки господарської діяльності: операційну, фінансову та інвестиційну. Основним джерелом для поточного контролю є форма №2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)», а для суб'єктів малого підприємництва – форма №2-м (2-мс) «Звіт про фінансові результати»; 3. Наступний – перевірка правильності, констатація результату операції, розподіл та використання економічних вигід від неї. Методика цього сектору контролю містить у собі такі напрямки: контроль ведення рахунків доходів (7 клас) та витрат (9 клас) і аналіз чинників, що впливають на них, а у підприємствах, яким необхідні витрати за елементами ще і 8 клас; наявність та контроль первинних документів, на підставі яких була виконана операція; звірка фактичного ведення бухгалтерського обліку з нормативним, яке міститься у обліковій політиці (метод вибуття запасів, порядок оцінки доходу від реалізації товарів, послуг і робіт, критерії визнання та порядок списання доходів та витрат на фінансовий результат, ознака суттєвості, створення резервів тощо); 4. Контроль правильності визначення фінансового результату: в цілому по підприємству, в розрізі структурних підрозділів (центрів відповідальності) та за окремими операціями. До прийомів наступного контролю також відносять: горизонтальний аналіз (співставлення однакових форм звітності, але за різні звітні періоди), вертикальний (вивчення структури показників фінансової звітності), трендовий (тенденція в динаміці) аналіз відносних показників (розрахунок відношень між окремими рядками однієї або різних форм звітності та визначення взаємозв'язків між показниками).

Отже, узагальнюючи вищевикладене, можна зробити висновок, що підсумком господарської діяльності підприємства є фінансовий результат, який охоплює усі аспекти його функціонування. Операції з формування, розподілу та використання фінансових результатів підприємства підлягають контролюванню, що забезпечує своєчасність внесення коригувань у господарську діяльність задля уникнення небажаних наслідків та досягнення бажаного успіху.

### Література:

1. Сирцева С. В., Муляєва Д.Г. Організація внутрішнього контролю фінансових результатів на підприємстві. *Економічні науки. Серія «Облік і фінанси»*, 2015. Випуск 12 (45). Ч. 1. С.308-316.
2. Тютюнник С. В. Аналітична складова економічного контролю фінансових результатів суб'єктів малого підприємництва. *Наукові та прикладні аспекти удосконалення бухгалтерського обліку, економічного контролю та системи оподаткування*: колективна монографія / за заг. ред. В. Я. Плаксієнка. Полтава, 2018. С. 184-195.

**К.е.н. Булкот Г.В., магістр Таранік Т.С.**

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

## **ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ, УСТАНОВАХ, ОРГАНІЗАЦІЯХ УКРАЇНИ**

Кожного дня вітчизняні підприємства провадять фінансово-господарську діяльність, вступаючи в економічні зв'язки з іншими суб'єктами господарювання, що неминуче призводить до виникнення дебіторської заборгованості. Загалом поява дебіторської заборгованості в певних межах є нормальною ознакою діяльності підприємства, але не в тих випадках, коли відбувається її безконтрольне зростання і систематичне несвоєчасне погашення. Надмірне збільшення дебіторської заборгованості призводить до вилучення коштів з обігу, тому підприємство може опинитись у ситуації, коли йому необхідно погасити свої зобов'язання перед бюджетом за нарахованими податками у той час, як безпосередній розрахунок з дебіторами ще не відбувся. Крім того перевищення строків отримання платежу від клієнтів може стати причиною сповільнення операційного циклу та значного зниження ділової активності, що негативно впливає на інвестиційну привабливість підприємства. Саме тому власники та адміністративний персонал підприємства зацікавлені у проведенні аудиту дебіторської заборгованості, щоб аудитори допомогли сформулювати рекомендації і визначити заходи по ліквідації заборгованості, що є не лише засобом покращення розрахункових операцій, але і фінансового стану підприємства.

Основними завданнями аудиту дебіторської заборгованості є підтвердження достовірності, реальності, законності та повноти її обліку, перевірка правильності оформлення первинних документів та оцінки дебіторської заборгованості. Як і аудит будь-якого об'єкта, аудит дебіторської заборгованості проводиться у декілька етапів. На підготовчому етапі відбувається знайомство з підприємством, оцінюється стан системи внутрішнього контролю, особливо стосовно дебіторської заборгованості, встановлюються рівні суттєвості та ризиків та безпосереднє планування аудиту

дебіторської заборгованості. Зібрана інформація на даному етапі має бути достатньою та суттєвою. Якщо ж уже існуючої інформації недостатньо, аудитор може отримати додаткові дані в ході опитування, документальної перевірки або спостереження. Достатність інформації визначається професійним судженням самого аудитора, а також специфікою перевіряючого підприємства. На основному етапі аудитор звіряє наявність первинних документів та правильність залишку дебіторської заборгованості за даними Головної книги з залишками облікових регістрів. Первинні документи є підтвердженням законності проведення господарських операцій. На підприємствах, які реалізують товарно-матеріальні цінності поширеним є реалізація продукції на основі довіреності від покупця. Але часто трапляються ситуації, коли ТМЦ відвантажують без довіреності, за умови, що вона буде надіслана покупцями пізніше. Недостатній контроль за наявністю довіреності може призвести до шахрайства з боку недобросовісних контрагентів, які не надавши довіреність, можуть стверджувати, що не отримували ніяких ТМЦ. Тому дана ділянка обліку потребує особливої уваги аудитора.

Важливим елементом контролю також є правильність оформлення первинних документів. Найбільш поширеними недоліками в оформленні документів є: дата видачі довіреності пізніше, ніж дата видаткової накладної; довіреність видана на термін більше десяти днів; різні підписи осіб: на яку видано довіреність та яка отримала ТМЦ за накладною; відсутні прізвища та/або підписи осіб, що відвантажили та отримали ТМЦ; не зазначено місце складання документа; відсутня дата документа, що характерно найбільшою мірою для актів виконаних робіт [1].

Аудитор обов'язково перевіряє правильність нарахування резервів сумнівних боргів, оскільки часто бухгалтери навіть не розуміють, навіщо і як розрахувати резерв, або ж просто наполягають на відсутності простроченої заборгованості. Якщо ж резерв все ж таки нарахований, то аудитор має перевірити кореспонденцію рахунків по його створенню та списанню сумнівної заборгованості. Ще одним «слабким місцем» в обліку дебіторської заборгованості є безнадійна заборгованість. Підприємства часто не відслідковують заборгованість, за якою минув термін позовної давності, а за законодавством України така заборгованість не має обліковуватись, як актив, та

підлягає списанню до складу витрат. Тому аудитор має перевірити, чи ведеться облік безнадійної дебіторської заборгованості, а також джерела її списання.

На заключному етапі аудитор формулює аудиторський звіт. Також на цьому етапі за домовленістю із перевіряючим підприємством аудитор може розробити рекомендації щодо ведення обліку дебіторської заборгованості та покращення його організації на майбутнє

Отже, узагальнюючи все вищевикладене, можна зробити висновок, що склад дебіторської заборгованості впливає на фінансовий стан підприємства. Значне збільшення дебіторської заборгованості та її частки в оборотних активах може свідчити або про неефективну кредитну політику підприємства до покупців, або про збільшення обсягів реалізації, або про неплатоспроможність частини покупців. В сучасних умовах з проблемою непогашення дебіторської заборгованості стикається велика кількість підприємств та організацій, саме тому власники повинні наполягати на глибокому та детальному аудиті дебіторської заборгованості. Сам аудит повинен бути організований так, щоб адекватно відображати всі аспекти діяльності суб'єкта, що перевіряється.

### Література:

1. Рябокучка Л.В. Узгоджені процедури: перевірка обліку дебіторської та кредиторської заборгованості підприємства. *Незалежний аудитор*. Київ, 2013. Вип. 11. С.82-84.

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

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

## **ОСНОВНІ ЗАСОБИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ОБ'ЄКТУ КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

Впровадження в підприємства служби контролю в сучасних умовах управління українськими підприємствами дозволяє мінімізувати ризик банкрутства підприємства та підвищити ефективність обліку, контролю, аналізу та політики управління основними засобами з метою стабілізації, збереження та підвищення ефективності роботи підприємства. Оскільки неефективна система обліку та політика управління і використання основних засобів призводить до збільшення неліквідних необоротних активів, а це, в свою чергу, може привести до зменшення ліквідності активів підприємства та вплине на вірогідність його банкрутства. Головними завданнями контролю основних засобів на підприємстві є: правильність відображення в обліку надходження, наявності та вибуття основних засобів; перевірка організації відповідного зберігання, охорони, попередження псування основних засобів; формування первісної вартості основних засобів; дотримання вимог щодо документального оформлення операцій в бухгалтерському обліку; доцільність застосування методів амортизації; контроль за дотриманням встановлених організацією норм нарахування амортизації; виявлення неліквідних у подальшому використанні основних засобів [1].

Джерелами надходження основних засобів є: приймання основних засобів в експлуатацію за рахунок капітальних вкладень та вкладень засновників; приймання основних засобів, отриманих безкоштовно від інших підприємств, за допомогою викупу, в рахунок боргових зобов'язань та інших операцій; оприбуткування раніше не врахованих основних засобів; придбання основних засобів у підприємств та організацій оформленням довгострокових розрахунків;

Отже, джерелами інформації для контролю на підприємстві є: наказ про облікову політику підприємства регламентує: методи нарахування амортизації, визнання первісної вартості основних засобів, строки корисного використання

основних засобів; порядок переоцінки та визначення ліквідаційної вартості основних засобів та інше; первинні документи з обліку основних засобів надають контролеру інформацію стосовно наявності та руху необоротних активів підприємства: облікові реєстри використовуються для отримання узагальнюючої інформації з обліку основних засобів; форми фінансової та статистичної звітності.

Головним завданням збереження основних засобів є завчасно виявляти факти порушення правил зберігання матеріальних цінностей, які можуть привести до: крадіжки, недостачі, псування і інших втрат основних засобів. Необхідно завчасно інформувати керівника підприємства для негайного вжиття заходів щодо усунення згаданих фактів. Більше уваги в господарській діяльності слід приділити і проведенню інвентаризації основних засобів, яка є одним з важливих етапів контролю, оскільки за допомогою інвентаризації контролюється робота матеріально-відповідальних осіб за збереженням інвентарних об'єктів. Таким чином, послідовність проведення контролю є такою: обстеження місць зберігання основних засобів та їх стану на складах, фермах, у бригадах, гаражах, ангарах; проведення контрольних інвентаризацій; аналіз використання матеріальних ресурсів та їх структури; документальна перевірка руху основних засобів; оприбуткування і використання, а також списання за цільовим призначенням, внутрішнього переміщення [3].

Для оцінки резервів підвищення ефективності основних засобів необхідно насамперед знати реальний рівень їх використання і конкретні можливості його підвищення. Поліпшення використання основних засобів може бути забезпечено двома шляхами: інтенсивним і екстенсивним. Інтенсивний шлях характеризується підвищенням завантаження устаткування і збільшенням рівня використання їх потужностей. Екстенсивний шлях полягає в збільшенні тривалості роботи, скороченні втрат робочого часу, підвищення коефіцієнта змінності.

Отже, будь-який комплекс заходів щодо поліпшення використання основних засобів повинен передбачати забезпечення зростання обсягів виробництва продукції, перш за все за рахунок більш повного і ефективного використання внутрішньогосподарських резервів і шляхом повнішого використання машин і устаткування, підвищення коефіцієнта змінності,



ліквідації простоїв, скорочення термінів освоєння знову введених в дію потужностей, подальшої інтенсифікації виробничих процесів [4].

Підсумовуючи вище сказане, слід відмітити, що основні засоби – один із найважливіших чинників будь-якого виробництва. Їх стан і ефективне використання прямо впливають на кінцеві результати господарської діяльності підприємства. І саме тому, контроль основних засобів на підприємстві є важливим. Контролер повинен дотримуватись чинного законодавства, порядку перевірки основних засобів, обрати джерела інформації для ревізії, провести контроль за відображенням основних засобів та нарахованої амортизації на рахунках бухгалтерського обліку, а також враховувати реалії при здійсненні перевірки.

### Література:

1. Богацька Н.М. Аналіз основних засобів підприємства. Наукова стаття. 2017. URL: <http://bogatska-analiz-osnovnih-zasobiv-pidprietmstva>
2. Бутинець Ф. Ф., Бардаш С. В., Малюга Н. М. Контроль та ревізія : навч. посіб. Житомир: Світ, 2012. 458 С.
3. Бистро В. В. Ревізія основних засобів на підприємстві. Управління розвитком. Київ, 2014. №175. С. 23–26.
4. Козел Т. В. Економічний зміст основних засобів як об'єкта обліку і контролю. Науковий вісник НЛТУ, 2013. №23. С. 292–296.

**К.е.н. Булкот Г.В., студент Заїчко А.С.**

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

## **ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ, УСТАНОВАХ, ОРГАНІЗАЦІЯХ УКРАЇНИ**

В сучасних умовах розвитку економічних відносин гостро стоїть питання пошуку нових методів щодо забезпечення конкурентоспроможності суб'єкта господарювання на ринку збуту. Таким чином, ефективна організація бухгалтерського обліку витрат діяльності може дозволити задовольняти інформаційні потреби користувачів, а також знаходити шляхи оптимізації. Проте важливим є не забувати й про контроль за цими витратами, адже він є головним засобом щодо попередження різноманітних порушень, а тому й допомагає завчасно їх виявити та виправити. Також це демонструє нам детальний опис про позитивні та негативні події, що сталася під час нашої діяльності. Ось чому це питання потребує детального вивчення та дослідження. Тому, визначення сутності контролю за витратами, а також дослідження особливостей контролю витрат виробництва на підприємствах, установах та організаціях України є дуже актуальною на сьогоднішній день.

В сьогоднішніх умовах трансформації економіки велика увагу, перш за все, приділяється саме ефективному управлінні діяльності підприємств, адже щоб бути конкурентним – потрібно щось протиставляти противникам. Для цього потрібно слідувати чотирьом основним функціям: плануванню, організації, мотивації та контролю. Саме остання і є однією з найважливіших на сучасному етапі, адже показує нам стан справ на підприємстві. Більш вужчим поняттям є внутрішньогосподарський контроль. Це сукупність різних даних щодо діяльності підприємства, який проводиться в межах господарюючого об'єкта, шляхом створення відділів внутрішнього контролю, які наділені певною владою та повноваженнями, щодо нагляду за фінансовим станом підприємства.

Питанням організації контролю за витратами покладається виключно на керівника підприємства. Він визначає об'єкт цього контролю, суб'єктів, а також

завдання, які покладаються на них. Об'єктом є самі витрати, а саме їх облік на підприємстві, а також документи, якими вони підкріплюються.

Суб'єктами обліку витрат є управлінський персонал (той, хто призначає або головує над здійсненням контролю) та персонал, яким доручено проводити контроль (бухгалтерські служби). До суб'єктів ми можемо віднести керівника, головного бухгалтера, ревізійну комісію, фінансиста, інвентаризаційну комісію [2].

До основних завдань контролю витрат на підприємстві можна віднести: перевірку відповідності методики обліку витрат прийнятій в обліковій політиці з тією, що реалізується на теперішній момент; перевірку включення витрат до того періоду, якого вони належать; перевірку прямих та непрямих витрат; перевірку правильно віднесених витрат на виробництво при розрахунку податку на прибуток [1].

Тому, використовують такі методи контролю витрат виробництва на підприємствах, установах, організаціях: 1. Метод документування відхилень – призначений для того щоб контролювати витрати за тими елементами, що документуються, адже якщо є відхилення від норм випуску, то це підкріплюється певним документом; 2. Метод контролю процесів – полягає в тому, що кожен працівник має мати знання щодо обліку витрат у межах виробничого процесу. Цей метод включає поведінкові обмеження, попередні аналізи та звітність. Всі ці елементи деталізуються за якимось певним процесом; 3. Інвентарний метод – полягає в тому, що відбувається зіставлення фактичних та нормативних витрат на фактичний випуск й таким шляхом визначаються відхилення від норм; 4. Метод контрольних точок витрат – побудований на основі «життєвого циклу» нашого товару. Тобто, ми розглядаємо використання наших ресурсів на кожному технологічному процесі виробництва нашого продукту й таким чином можемо оперативно реагувати на відхилення й швидко вживати заходів для вирішення проблеми [1].

Процес контролю витрат виробництва потребує виділення та виокремлення двох основних аспектів: економічного та правового. Економічний полягає в тому, що необхідна достовірна інформація про витрати виробництва. Правовий - у встановленні на виробництві центрів відповідальності за об'єктами контролю витрат, тобто мають бути підзвітні особи за використання ресурсів та експлуатацію об'єктів.

Таким чином варто зазначити, що витрати є однією з найважливіших ланок в успішній роботі підприємства, адже вони впливають на визначення загального фінансового результату. Тому, дуже важливим є проведення контроль витрат на підприємствах, щоб вчасно помічати відхилення та оперативно їх вирішувати. Для цього потрібно служба, яка буде постійно проводити ретельний та детальний контроль справ підприємства.

### Література:

1. Євлах В.Є. Внутрішній контроль в управлінні витратами виробництва. Іноваційні погляди молодих науковців: зб. тез міжнр. Наук.-практ. Конф., м. Київ, 19-26 квітня 2016 р. Київ, 2016.- 13 с.
2. Головацька С.І., Сашко О.П. Внутрішній контроль витрат підприємства: організаційно-методичні аспекти. Молодий вчений. Львів, 2016. №5. С.36-40

## Математически методи в икономиката

**Брегер Ж.В.**

*Магістрант, Криворізький економічний інститут ЗВО «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана»,  
Україна, м. Кривий Ріг*

### ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ ТА МОДЕЛЕЙ У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ

**Анотація.** В сучасних умовах нестабільної економіки підприємництво потребує використання методів, що забезпечують точність результатів при управлінні проектами. Такими методами є економіко-математичні методи, що дозволяють порівняти одержані результати за певними показниками. В статті розглядаються основні економіко-математичні методи та моделі управління проектами.

**Ключові слова:** управління проектами; економіко-математичні моделі; матричні ігри; багатоцільові методи; інвестиційний мультипроект.

В умовах нестабільної економіки світу та України зокрема, ефективне управління діяльністю та проектами набуває більшого значення, ніж при відносній стабільності. За останній час методика управління проектами значно змінилася, з'явилися нові практики, які враховують вплив організаційних та виробничих факторів на діяльність підприємства. Серед основних методів, що дають достовірний результат та можливість контролю за кожним показником, можна виділити графічні та економіко-математичні.

Графоаналітичні (мережеві) моделі, такі як система PERT, метод GERT, діаграма Ганта, діаграма критичного шляху, метод Парето, модель витрати-час, дозволяють вирішити проблеми пов'язані з календарним плануванням проектів, знаходження критичних та некритичних робіт, виявленням логічних зв'язків між роботами, контролем за фактичним виконанням робіт згідно з планом. Тобто, такі методи стосуються мережевого планування.

Для зручності використання таких методів існують інструменти управління проектами у вигляді софтів, що є базою для багатьох систем, серед

яких можна виокремити Jira, Work Breakdown Structure, Slack, GanttPro, Smartsheet, Wrike.

Але особливе значення мають економіко-математичні методи, в основу яких покладено моделі дослідження операцій, що дозволяють врахувати багато факторів впливу, знайти різні показники ефективності проекту та діяльності.

Однією з головних причин, що визначають вибір тієї чи іншої моделі, є наявність істотної, повної та достовірної інформації.

Перед тим як менеджеру обрати модель, необхідно розуміти, що всі математичні моделі бувають двох типів: детерміновані, тобто такі, що мають жорсткі умови та зв'язки, та стохастичні, що враховують випадкові фактори, тобто існує невизначеність.

Серед найпоширеніших методів економіко-математичного аналізу в контексті управління проектами найчастіше виокремлюють метод регресії. Такий метод розглянуто в багатьох наукових джерелах, вдосконалено під кожен окрему задачу. Внаслідок значного освоєння даного методу, його детальний розгляд не має сенсу. Отже, розглянемо маловідомі, але не менш ефективні економіко-математичні методи управління проектами, визначимо їх основні переваги та недоліки, а також нюанси використання.

Прийняття рішень на основі багатоцільових методів (Multiple objective making decision – MODM). Даний метод дає змогу розв'язати проблеми багатоцільового вибору, враховуючи протиріччя цілей. Вирішенням даного питання є пошук компромісу. Методи MODM поділяються на наступні типи: апіорні методи, апостеріорні методи, адаптивні методи, методи, засновані на попередній побудові множини Парето.

Найчастіше багатокритеріальну задачу намагаються звести до однокритеріальної, що призводить до значної похибки та некоректності результату, а як наслідок, невірно прийнятого рішення.

Основою для більшості багатоцільових методів є аналіз множини Парето, рішенням якого є множина точок. В цьому полягає принципова відмінність від класичного математичного програмування, де знаходиться єдине рішення.

Врахувати переваги альтернатив дає змогу метод корисності множини альтернатив.

Математично багатоцільова задача має наступний вигляд:

$\min_x [\mu_1(x), \mu_2(x), \dots, \mu_n(x)]$ , де

$\mu_i$  –  $n$ -а цільова функція,

$x$  – вектор оптимізації або змінних рішення.

Рішенням є набір точок з множини Парето. Оптимальність прийняття рішення визначається за рахунок погіршення принаймні однієї цілі, за рахунок чого віддається перевага іншій цілі.

При моделюванні складних соціально-економічних і організаційних систем, що потребують прийняття рішень в наступних галузях: транспортування, виробництво, розподіл ресурсів, розміщення виробництв, транспортування, зручно використовувати методи та методи теорії ігор. Даний метод відноситься до групи загальних методів. Тобто тоді, коли від особи, що приймає рішення (ОПР) очікується не контроль за ходом роботи, її строків, вартості, а прийняття загального проекту по підприємству, що дозволить отримати переваги серед конкурентів. В теорії ігор розглядається від двох і більше сторін, які протидіють одна одній. Кожна сторона має свою ціль та стратегію, яка призводить до програшу чи виграшу в залежності від поведінки іншої сторони. Вважається, що даний метод відноситься до сфери конфліктних ситуацій, але наразі модель теорії ігор використовується в багатьох областях, в тому числі управління проектами, а саме прийнятті рішень.

Виокремлюють наступні види ігор: методи теорії статистичних рішень (ігри з природою), коаліційні та безкоаліційні (в залежності від того, чи можуть сторони формувати коаліції), кінцеві та нескінченні (в залежності від кількості стратегій у сторін), ігри з нульовою сумою, ігри з ненульовою сумою (в залежності від характеру виграшу), антагоністичні та неантагоністичні ігри.

Для отримання результатів за матричними іграми використовують такі критерії: критерій Байеса, критерій Лапласа, максимум за критерієм Вальда, мінімакс за критерієм Севіджа, критерій Гурвіца, критерій Ходжа-Лемана, узагальнений критерій Гурвіца.

Математична форма максимуму за критерієм Вальда:

$$a = \max(\min a_{ij}),$$

де (та далі)  $a_{ij}$  – значення, що відповідає певній стратегії за матрицею виграшів та програшів.

Математична форма мінімаксу за критерієм Севіджа:

$$a = \min(\max r_{ij}).$$

Математична форма критерію Гурвіца:

$$\max(s_i),$$

$$\text{де } s_i = y \min(a_{ij}) + (1-y)\max(a_{ij}).$$

Математична форма критерію Ходжа-Лемана:

$$W_i = u \sum a_{ij} p_j + (1 - u) \min(a)_{ij}.$$

Математична форма узагальненого критерію Гурвіца:

$$G_i = (1-\lambda) \min a_{ij} + \lambda \max a_{ij},$$

$$\text{де } \lambda_1 = 1-\lambda, \lambda_2 = \lambda_3 = \dots = \lambda_{n-1} = 0, \lambda_n = \lambda, \text{ де } 0 \leq \lambda \leq 1.$$

Порівнюючи значення кожного критерію, обирається оптимальне рішення за частотою його отримання за розрахунками.

При управлінні інвестиційним проектом використовують моделі та методи мультипроектного управління.

Вирішення таких завдань зводиться в загальному випадку до двох дій:

мінімізації тривалості мультипроекту;

мінімізації втраченої вигоди.

Якщо знаходження результату останнього тісно пов'язане з критерієм матричних ігор – критерієм Севіджа, який ще називають методом мінімізації втраченої вигоди, то з апарат мінімізації тривалості мультипроекту інакший.

Під втраченою вигодою розуміється певна величина, що відображає стан рішення або результату з меншою корисністю, ніж за умови ідеального стану даного рішення.

Вартість мультипроекту залежить від тривалості робіт, пов'язаних з ним. Таким чином, якщо говорити про підприємництво, то підприємцю краще мінімізувати тривалість проекту для зменшення його вартості. За умови прискорення мультипроекту його вартість дорівнює:

$$PCs = FC + OC,$$

де PCs – вартість проекту (project costs),

FC – прямі витрати (factor cost),

OC – непрямі витрати (overhead cost).

Існують випадки, коли неможливо змінити тривалість проекту, але необхідно зменшити його вартість. В такому випадку вартість проекту



вважаються прямі витрати. Регулювати тривалість роботи можливо за рахунок регулювання ресурсів, що доводяться на неї.

Нехай тривалість роботи відповідає нормальному часу виконання роботи (i,j), вартість роботи (cost of work) –  $cw_{ij}$ , нормальна тривалість роботи (normal time) –  $nt_{ij}$ . Робота є авральною (undertime work), коли її тривалість зменшена до максимуму ( $ut_{ij}$ ).

Вартість роботи (проекту) зростає, коли зменшується до межі, за якою дана робота вже не може виконуватись. Таким чином вартість роботи зростає, за рахунок ненормальних умов праці, що можуть бути пов'язані з недостатністю трудових ресурсів, сировини, запасів, матеріалів. Таким чином, графік вартості роботи схожий на параболу (рис. 1).

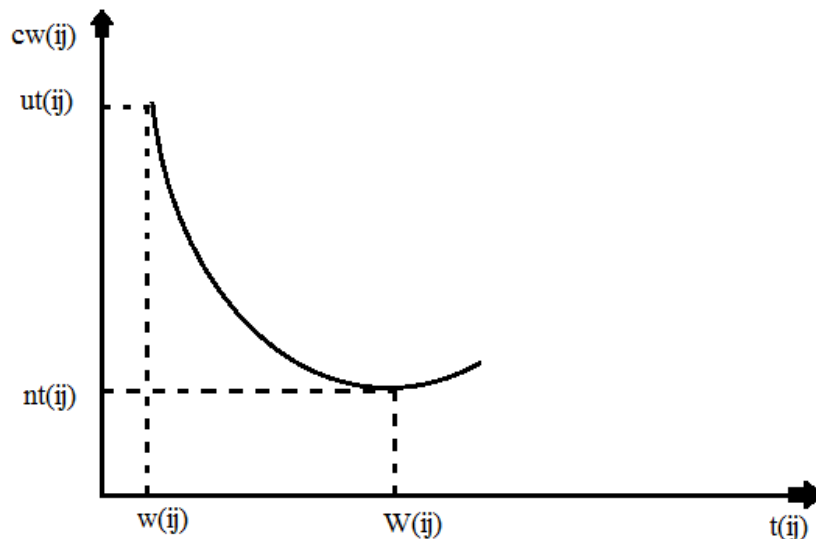


Рисунок 1 – Залежність вартості роботи від її тривалості.

Формула коефіцієнту пропорційності матиме вигляд:

$$CP = (ut_{ij} - nt_{ij}) / (w_{ij} - W_{ij}),$$

де  $CP$  – коефіцієнт оберненої пропорційності (coefficient of proportionality).

У залежності від мети проекту та його специфіки використовуються різні методи, які обирає безпосередньо менеджер проекту або ОПР (особа, що приймає рішення).

## Литература:

1. Xu J., Zhou X: Fuzzy-Like Multiple Objective Decision Making, Springer-Verlag Berlin Heidelberg, 2011. – 461 p.
2. Бродецкий, Г.Л. Экономико-математические методы и модели в логистике: потоки событий и систем обслуживания: Учебное пособие для студентов учреждений высшего профессионального образования / Г.Л. Бродецкий. –М.: ИЦ Академия, 2011. – 272 с.
3. Гонтарева, И.В. Управление проектами / И.В. Гонтарева, Р.М. Нижегородцев, Д.А. Новиков. – М.: КД Либроком, 2014. – 384 с.
4. Ноздріна Л. В. Управління проектами : [підручник] / Л. В. Ноздріна, В. І. Ящук, О. І. Полотай. – К. : Центр учб. л-ри, 2010. – 432 с.
5. Овечкіна О.А., Іванова К.В. Інституціональні фактори впливу на інноваційний розвиток регіонів в умовах трансформаційних перетворень національної економіки // Ученые записки Крымского инженернопедагогического университета. Выпуск 10. Экономические науки. – Симферополь: НИЦ КИПУ, 2007. – С. 194-198.

## Економика на индустријата

Буковський О.О., Лимзаєв О. Б., Іванов О.В.

*Одесский Национальный политехнический университет, Украина*

### МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОНАННЯ ПОСТАВЛЕНИХ ЦІЛЕЙ ПРИ ПЛАНУВАННІ ЗАХОДІВ В АВІАЦІЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Показниками першого рівня є показник ступеня досягнення цілей, показник ступеня відповідності рівня витрат запланованого рівня та ефективності використання коштів бюджету та інших джерел ресурсного забезпечення та показник ефективності вкладених коштів державного бюджету.

1. Показник ступеня досягнення цілей розраховується у вигляді відношення фактично досягнутих значень індикаторів і їх планових значень за формулою:

$$C_d = Z_f / Z_p \times 100\%,$$

де  $C_d$  – ступінь досягнення цілей (рішення задач),  $Z_f$  – фактичне значення індикатора (показника),  $Z_p$  – планове значення індикатора (показника)

2. Показник ступеня відповідності рівня витрат запланованого рівня та ефективності використання коштів бюджету та інших джерел ресурсного забезпечення розраховується як відношення планових та фактичних обсягів фінансування основних заходів щодо кожного джерела ресурсного забезпечення, за формулою:

$$U_f = F_f / F_p \times 100\%,$$

де  $U_f$  – рівень фінансування реалізації основних заходів,  $F_f$  – фактичний обсяг фінансових ресурсів, спрямований на реалізацію заходів,  $F_p$  – плановий обсяг фінансових ресурсів на відповідний звітний період.

3. Показник ефективності вкладених коштів державного бюджету в грошовому вираженні розраховується як відношення виручки (нетто) від продажу товарів, продукції, робіт, послуг промислових підприємств і обсягу бюджетних асигнувань, по кожному року реалізації запропонованих рішень, за формулою:

$$E_f = V / B_p \times 100\%,$$

де  $E_f$  – ефективність вкладених коштів державного бюджету в грошовому вираженні,  $B$  – виручка (нетто) від продажу товарів, продукції, робіт, послуг промислових підприємств,  $B_p$  – обсяг бюджетних асигнувань.

Показники другого рівня визначаються окремо за кожним напрямом. Розглянемо конкретні показники за кожним напрямом розробки заходів.

4. Показники (індикатори) досягнення цілей і вирішення завдань розвитку літакобудування. Для оцінки результатів виконання пропонованих заходів з розвитку літакобудування України в рамках обмежень щодо бюджетного фінансування необхідно використовувати показники прибутків від продажу товарів, продукції, робіт і послуг галузі літакобудування, рентабельність активів галузі літакобудування (ROA) та продуктивність праці на підприємствах галузі літакобудування. При цьому в контексті заходів з проведення реструктуризації літакобудівної галузі показники (індикатори) необхідно окремо розглядати рентабельність продажів підприємств літакобудівної галузі чиста.

Для оцінки ефективності заходів з розширення присутності підприємств галузі літакобудування на ринку необхідно в комплексі застосувати абсолютні та відносні показники. Основними абсолютними показниками є кількості поставлених цивільних літаків відповідно на внутрішній та на зовнішній ринки у розрізі окремо за цивільними та військовими і спеціальними ПС, та окремо за розмірами ПС (великі, середній, малі). Відносні показники (доля ринку авіабудівної галузі України на світовому ринку в розрізі за призначенням та категорією ПС) доцільно розглядати в динаміці за звітний період від початку впровадження заходів. В сегменті малої авіації та НЛА для об'єктивної оцінки результатів виконання пропонованих рішень з забезпечення модернізації, розробки і виробництва ПС малої авіації та НЛА в рамках обмежень щодо бюджетного фінансування може застосованим тільки один показник - кількість поставлених модернізованих і новостворених повітряних суден малої авіації і НЛА. Ефективність заходів з розвитку сервісній мережі та системи післяпродажного обслуговування фактично також може бути оцінена тільки за обсягом наданих сервісних послуг у грошовому вираженні.

5. Показники (індикатори) досягнення цілей і вирішення завдань розвитку авіаційного двигунобудування. Для оцінки результатів виконання наведених заходів в рамках обмежень щодо бюджетного фінансування передбачається використання таких цільових показників (індикаторів) як виручка (нетто) від

продажу товарів, продукції (робіт, послуг) галузі авіаційного двигунобудування, рентабельність активів галузі двигунобудування (ROA), та продуктивність праці на підприємствах галузі двигунобудування.

Для оцінювання ефективності заходів з виходу на світовий ринок в якості постачальників компонентів 2-4 рівня головним показником є обсяг продажів компонентів іноземним виробникам авіаційних двигунів в грошовому вираженні. Для оцінки ефективності заходів з диверсифікації на неавіаційні ринки головним та фактично єдиним є показник обсягу продажу продукції за винятком авіаційних двигунів і компонентів у грошовому вираженні.

Для оцінювання результативності заходів з виходу на світовий ринок в якості постачальника конкурентоспроможних авіаційних двигунів ми пропонуємо застосувати групу таких індикаторів: частка українських виробників цивільних авіаційних двигунів і компонентів на світовому ринку, частка українських виробників військових авіаційних двигунів і компонентів на світовому ринку, обсяг експорту в грошовому вираженні двигунів для цивільних ПС і компонентів, за винятком двигунів і компонентів, що поставляються на експорт у складі вітчизняних ПС, обсяг експорту в грошовому вираженні двигунів для військових ПС і компонентів, за винятком двигунів і компонентів, що поставляються на експорт у складі вітчизняних ПС, кількість поставлених цивільних авіаційних та неавіаційних двигунів на зовнішній ринок, кількість поставлених військових авіаційних та неавіаційних двигунів на зовнішній ринок, кількість поставлених цивільних авіаційних та неавіаційних двигунів на внутрішній ринок, кількість поставлених військових авіаційних та неавіаційних двигунів на внутрішній ринок.

6. Показники (індикатори) досягнення цілей і вирішення завдань авіаційного агрегатобудування та приладобудування. Для оцінки результатів виконання запропонованих заходів в рамках обмежень бюджетного фінансування передбачається використання основних абсолютних індикаторів як дохід від продажу продукції (робіт, послуг) авіаційного агрегатобудування та приладобудування, рентабельність активів підприємств галузі агрегатобудування і приладобудування (ROA), та продуктивність праці на підприємствах галузі агрегатобудування і приладобудування.

Для оцінки ефективності заходів з завершення реструктуризації компаній галузі авіаційного агрегатобудування та приладобудування головним та

фактично єдиним є показник рентабельності продажів компаній галузі агрегатобудування. Для оцінювання заходів з виходу компаній галузі авіаційного агрегатобудування та приладобудування на світовий ринок в якості постачальників компонентів і агрегатів 1-4-го рівня необхідно використовувати абсолютні показники обсягу продажів компонентів для цивільних ПС іноземним агрегатостроителям в грошовому вираженні, та обсягу продажів компонентів для військових ПС іноземним агрегатостроителям в грошовому вираженні, обсяг експорту в грошовому вираженні агрегатів і систем для цивільних ПС, за винятком агрегатів і систем, що поставляються на експорт у складі вітчизняних ПС, а також обсяг експорту в грошовому вираженні агрегатів і систем для військових літаків, за винятком агрегатів і систем, що поставляються на експорт у складі вітчизняних літаків.

#### Литература:

1. Державна програма активізації розвитку економіки України на 2013-2014 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art\\_id=246247059&cat\\_id=24420359](http://www.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=246247059&cat_id=24420359)
2. Національний промисловий портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/ukraineindustrial/>
3. Інноваційна стратегія українських реформ / А. С. Гальчинський, В. М. Геєць, А. К. Кінах, В. П. Семиноженко. – К. : Знання України, 2002. – 336 с.
4. Купріянова В. С. Механізм підтримки розвитку авіаційної промисловості у державних цільових програмах: Дис... канд. екон. наук : спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством». – Х., 2010. – 182 с.

**CONTENTS****ИКОНОМИКИ****Икономиката на предприятието**

Ryzhakov D.A., Loktionova Y.F., Koval T.S. STRUCTURIZATION OF RISK IDENTIFIERS OF A CONSTRUCTION ENTERPRISE BY TYPE OF OPERATIONAL AND PRODUCTION ACTIVITIES AND ELEMENTS OF THE MICROENVIRONMENT .....	3
---	---

**Логистиката**

Борисевич Є.Г., Драган К.Ю. ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА СУЧАСНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ .....	5
Борисевич Є.Г., Драган К.Ю. ЛОГІСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ .....	8
Борисевич Є.Г., Маслова К.Г. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО СЕРВІСУ В УКРАЇНІ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ .....	11
Залесский Б.Л. БЕЛАРУСЬ - УКРАИНА: ПОТЕНЦИАЛ КОНСУЛЬТАТИВНОГО СОВЕТА.....	14
Жуковська Л.Е., Статірова К.В. ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ .....	17

**Правителството регулиране на икономиката**

Malykhina O.M., Ivakhnenko I.S., Ruchinskaya J.N. FORMATION AND APPLICATION OF TAX POLICY INSTRUMENTS IN THE CONTEXT OF THE IMPLEMENTATION OF CONSTRUCTION DEVELOPMENT PROGRAMS .....	20
---	----

**Финансови отношения**

Жакешова А.П. &#1178;АЗА&#1178;СТАНДА САЛЫ&#1178; Ж&#1198;ЙЕСІНІ&#1186; &#1178;АЛЫПТАСУЫ МЕН ДАМУ КЕЗЕ&#1186;ДЕРІ....	22
Гаєвський М.В. Мельник В.С. Бабій А.В. РЕГУЛЮВАННЯ ФОНДОВОГО РИНКУ В УКРАЇНІ .....	28

**Отдел човешки ресурси**

Климчук В.О. ЛІДЕРСЬКІ ЯКОСТІ СПРАВЖНЬОГО КЕРІВНИКА, ЯКІ ДОПОМОЖУТЬ ВИЖИТИ В СУЧАСНОМУ СВІТІ БІЗНЕСУ .....	32
Nurbay A.E., Aituganova Z.Sh. THE PHENOMENON OF SELF-EMPLOYMENT IN KAZAKHSTAN AS A REFLECTION OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT ..	35

**Маркетинг и управление**

Шевчук Ю.Т., Скригун Н.П. ІМІДЖ ЯК ЧИННИК ЗМІЦНЕННЯ РИНКОВИХ ПОЗИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА.....	39
Тыныбаева М.Е., Алексеева К.С. ИВЕНТ-МАРКЕТИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРОДВИЖЕНИЯ .....	42
Смагулова Ж.Б., Коржынбаева З. МЕРЧЕНДАЙЗИНГ ПАРФЮМЕРИИ – ВЫКЛАДКА ТОВАРОВ .....	46

**Счетоводство и одит**

Булкот Г.В., Поліщук М.В. ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ РОЗРАХУНКІВ З ОПЛАТИ ПРАЦІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ .....	49
Булкот Г.В., Дорошук Н.В. ОРГАНІЗАЦІЯ КОНТРОЛЮ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ .....	52

Булкот Г.В., Малова А.Є. РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ В УПРАВЛІНСЬКОМУ ОБЛІКУ .....	55
Булкот Г.В., Стріха А.С. ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ.....	57
Булкот Г.В., Таранік Т.С. ОСОБЛИВОСТІ АУДИТУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ, УСТАНОВАХ, ОРГАНІЗАЦІЯХ УКРАЇНИ .....	60
Булкот Г.В., Чухно О.В. ОСНОВНІ ЗАСОБИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ОБ'ЄКТУ КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ .....	63
Булкот Г.В., Заїчко А.С. ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВАХ, УСТАНОВАХ, ОРГАНІЗАЦІЯХ УКРАЇНИ .....	66
<b>Математически методи в икономиката</b>	
Брегер Ж.В. ВИКОРИСТАННЯ ЕКОНОМІКО-МАТЕМАТИЧНИХ МЕТОДІВ ТА МОДЕЛЕЙ У КОНТЕКСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОЕКТАМИ .....	69
<b>Икономика на индустрията</b>	
Буковський О.О., Лимзаєв О.Б., Іванов О.В. МЕТОДИКА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОНАННЯ ПОСТАВЛЕНИХ ЦІЛЕЙ ПРИ ПЛАНУВАННІ ЗАХОДІВ В АВІАЦІЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ .....	75
<b>CONTENTS.....</b>	<b>79</b>

\*242921\*

\*242589\*

\*242442\*

\*242446\*

\*242844\*

\*242933\*

\*242966\*

\*242930\*

\*242550\*

\*242666\*

\*242860\*

\*243087\*

\*242652\*

\*242699\*

\*242910\*

\*242934\*

\*242935\*

\*242936\*

\*242937\*

\*242938\*

\*242939\*

\*243025\*

\*243042\*