

**MATERIŁY**  
**XV MIĘDZYNARODOWEJ NAUKOWI-**  
**PRAKTYCZNEJ KONFERENCJI**

**PERSPEKTYWICZNE OPRACOWANIA**  
**SĄ NAUKĄ I TECHNIKAMI - 2019**

07 - 15 listopada 2019 roku

**Volume 6**  
Ekonomiczne nauki

Przemysł  
Nauka i studia  
2019

Adres wydawcy i redakcji:

37-700 Przemyśl ,  
ul. Łukasińskiego 7

Materiały XV Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji ,  
«Perspektywiczne opracowania są nauką i technikami - 2019» , Volume 6  
Przemyśl: Nauka i studia -88 s.

Zespół redakcyjny:

dr hab. Jerzy Ciborowski (redaktor prowadzą),

mgr inż Dorota

Michałowska, mgr inż Elżbieta Zawadzki,

Andrzej Smoluk, Mieczysław

Luty, mgr inż Andrzej Leśniak,

Katarzyna Szuszkiewicz.

**Materiały XV Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji ,  
«Perspektywiczne opracowania są nauką i technikami - 2019» , 07 - 15  
listopada 2019 roku po sekcjach: Ekonomiczne nauki.**

e-mail: [praha@rusnauka.com](mailto:praha@rusnauka.com)

Cena 54,90 zł (w tym VAT 23%)

ISBN 978-966-8736-05-6

© Kolektyw autorów , 2019

© Nauka i studia, 2019

## **EKONOMICZNE NAUKI**

### **Gospodarka przedsiębiorstwa**

**Усаченко О.О.**

*Кандидат наук з державного управління,  
докторант Інституту законодавства Верховної Ради України*

#### **МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА В ОБОРОННІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ**

Підприємства, що входять до диверсифікованої корпорації, як правило, знаходяться на різних фазах відтворювального циклу. Одні з них знаходяться на стадії стабільного виробництва та реалізації продукції. Інші - на стадії технічного переозброєння або переходу на нову товарну номенклатуру. Фінансове становище підприємств не однаково на різних фазах виробничого циклу.

Перебудувати підприємства завжди мають потребу в значних фінансових ресурсах. Чим глибше технологічне оновлення, тим гостріше ця потреба. Спеціалізовані підприємства на цих етапах часто виявляються неефективними внаслідок тимчасової втрати прибутку через зупинку діючого виробництва і великих витрат на реконструкцію [1, с.22].

Керуюча компанія диверсифікованої корпорації в подібних випадках надає фінансову підтримку перебудувати підприємству за рахунок централізуємої частини прибутку підприємств, що знаходяться на стадії стабільного виробництва.

Диверсифікація промислового виробництва виконує ряд стабілізаційних функцій. По-перше, диверсифікація обумовлює відновлення рівноваги попиту та пропозиції в разі його стійкого порушення. По-друге, диверсифікація прискорює кругообіг коштів підприємства [2]. Диверсифікація включає підприємство в більш широку систему загального товарного обігу.

Диверсифікація - об'єктивне явище в розвитку суспільного розподілу праці. Виникнення і розвиток диверсифікації обумовлено реальним рівнем розвитку виробництва і суспільного розподілу праці. Це - форма, яка відображає

діалектичну єдність концентрації і деконцентрації виробництва, що базуються на спеціалізації і кооперації праці.

Історичний досвід розвитку і становлення диверсифікації свідчить про наявність різноманітних зв'язків її з традиційним виробництвом. Традиційне виробництво, засноване на закономірності розподілу праці, є спеціалізованим виробництвом. Цілі спеціалізації виробництва досягаються шляхом концентрації виробництва конструктивно і технологічно однорідної продукції. Спеціалізація виробництва знижує витрати одиниці продукції і підвищує її якість. Коли спеціалізація перестає сприяти досягненню цих цілей, підприємство диверсифікує виробництво.

Зіставлення виробничої спеціалізації і диверсифікації як форм організації виробництва дозволяє зробити наступні висновки.

Головна мета диверсифікації полягає у використанні можливостей зростання шляхом вибору продукту, виробництва і реалізація якого дозволить підприємству забезпечити необхідний рівень рентабельності і фінансової стійкості при одночасному досягненні певних конкурентних переваг.

Різні цілі спеціалізації і диверсифікації обумовлюють різні принципи організації виробництва. В основі спеціалізації виробництва лежить суспільний поділ праці, а процес диверсифікації розвивається на принципах з'єднання різних видів праці. У той час як спеціалізація забезпечує доцільне розчленування і відокремлення праці і виробництва, диверсифікація передбачає їх розумне об'єднання. При цьому, чим більше розвивається розподіл праці і спеціалізація, тим стають багатогранніше можливості об'єднання різних видів і сфер виробничої діяльності.

Отже, будь-який рух у бік подальшого поділу праці передбачає зворотний процес - з'єднання в новій формі організації - у формі диверсифікації виробництва.

І це може бути виправдано, перш за все, розподілом ризику між різними видами діяльності. Необхідною умовою зниження рівня підприємницького ризику є достатня кількість початкового капіталу для здійснення спільного виробництва технологічно не пов'язаних між собою товарів. Однак практично реалізувати це дуже складно. Емпіричний досвід становлення та розвитку диверсифікації в промислово розвинених країнах показує, що, як правило,

спеціалізація є причиною, що породжує диверсифікацію [3]. Потім, складаючи сутність конкретного виду підприємницької діяльності, спеціалізація ставати наслідком диверсифікації виробництва.

Передумови диверсифікації пов'язані перш за все характером дії законів попиту і пропозиції, а також зі специфікою самого сучасного виробництва.

Очевидним є внутрішній суперечливий характер взаємодії попиту і пропозиції. Відзначаючи підвищений попит, виробники підвищують ціну товару і одночасно збільшують обсяг виробництва і, відповідно, пропозиції. В результаті збігу інтересів виробників і споживачів встановлюється рівновага попиту і пропозиції.

Рівновага не є чимось виключно стійким. Фактично воно знаходиться в постійному русі. Рівновага коливається, що є результатом впливу на попит і пропозицію численних факторів внутрішнього і зовнішнього середовища, що обумовлюють нестабільність і невизначеність умов функціонування при виробництві одного товару. Підприємство певний час розвивається на основі вирішення зазначеного протиріччя шляхом регулювання ціни, а також підвищення якості товару.

### Література

1. Требін М. П. Україна і війни шостого покоління. / М. П. Требін // Український соціум: соціально-політичний аналіз сучасності та прогноз майбутнього : зб. тез XVII Всеукр. студент. наук.-практ. конф., 10 груд. 2015 р. – Харків, 2015. – С. 21–25.

2. Порошенко: Военные изобретения украинских ученых и волонтеров будут поставлены в серийное производство [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://gordonua.com/news/war/Poroshenko-Voennye-izobreniyaukrainskih-uchenyh-i-volonterov-budut-postavleny-v-seriynoe-proizvodstvo85168.html>

3. Київські зброярі виготовляють високоточні ракети, які крапці за натівські зразки.[Електронний ресурс] : — Режим доступу: <https://tsn.ua/ukrayina/kiyivski-zbroyari-vigotovlyayut-visokotochni-raketi-yakikraschi-za-novitni-nativski-zrazki-370639.htm>

Д.е.н. Фадєєва І.Г.

*Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу, Україна*

## **КООРДИНАЦІЯ РОБОТИ ПІДСИСТЕМ ЯК УПРАВЛІНСЬКА ЗАДАЧА ФОРМУВАННЯ СИНЕРГІЧНИХ ЕФЕКТІВ У НАФТОГАЗОВИДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ КОРПОРАТИВНОЇ СТРУКТУРИ**

Задача формування синергічних ефектів в корпоративних системах, як динамічних нелінійних нестационарних об'єктах управління [1], що функціонують за умов невизначеності щодо параметрів власне об'єкта і навколишнього середовища, є однією з центральних проблем сучасної теорії економічної синергетики [2]. Вирішення цієї проблеми пов'язане з розробкою методів координації роботи підсистем корпорації, що, завдяки розвитку інформаційних систем і технологій [3], набуває широкого поширення.

Проте, аналіз літературних джерел [наприклад, 4, 5, 6 та ін.] показує недостатній об'єм проведених досліджень в контексті створення алгоритмічного забезпечення задач координації роботи підсистем корпорації.

Тому метою даної роботи є розроблення набору правил, що дозволяють розв'язувати задачу координації роботи підсистем, які функціонують в складі такої складної системи як нафтогазовидобувне підприємство (НГП) корпоративної структури.

Методологічну основу дослідження забезпечує системно-синергічний підхід, як один із розділів загальної теорії економічної синергетики.

Розглядатимемо НГП корпоративної структури як систему  $S_k$ , яка є кортежем « $n$ » підсистем [7]:

$$X = \{x_1, x_2, \dots, x_n\}, \quad (1)$$

об'єднаних в єдине ціле за допомогою їх властивостей

$$Q_x = \{Q_{x_1}, Q_{x_2}, \dots, Q_{x_n}\}, \quad (2)$$

і взаємних відносин

$$C = \{C_{x_1, x_2}, C_{x_1, x_3}, \dots, C_{x_n, x_{n-1}}\}, \quad (3)$$

тобто

$$S_{\hat{e}} = \{X, Q, C\}. \quad (4)$$

При цьому, враховуватимемо, що властивості корпоративної системи  $Q$  не визначаються простою сумою властивостей її підсистем  $Q_x$ , а залежать ще й від відносин між ними  $C_{xx}$ . Отже загальна властивість корпоративної системи є деякою функцією від властивостей і відносин окремих її підсистем і може набути зовсім нової якості, що не впливає із суми властивостей підсистем та їх взаємин:

$$Q = f(Q_x, C_x). \quad (5)$$

Відзначимо, що саме функція  $f$  характеризує явище синергізму в складній корпоративній системі, а саме – посилення загального ефекту корпоративної системи над сумою ефектів її підсистем при дотриманні властивості цілісності.

З наукових досліджень [4, 5, 6] відомо, що формування синергічних ефектів в корпоративних системах забезпечують як мінімуму чотири підсистеми. Головними завданнями цих підсистем є забезпечення:

- синергічної орієнтації корпорації шляхом формування системи цілей і виконання комплексу синергічного маркетингу на основі ресурсу ринкової орієнтації в просторі і часі;
- синергічної взаємодії в корпорації шляхом розвитку трансакційних зв'язків на основі використання ресурсу кооперації і цільових трансферів;
- синергічного розвитку через механізм інноваційно-синергічної стратегії на базі реінжинірингу інвестиційних процесів, а також інвестиційних інтелектуально-інформаційних ресурсів;
- організаційно-синергічної інтеграції усіх підсистем по вертикалі і горизонталі на основі організаційно-адміністративного і функціонального ресурсів.

Взаємодія цих чотирьох підсистем на принципах управління з використанням додатного і від'ємного зворотного зв'язків та координації роботи підсистем є передумовою, яка дозволяє реалізувати синергічні ефекти в корпораціях, у тому числі і в НПП корпоративної структури.

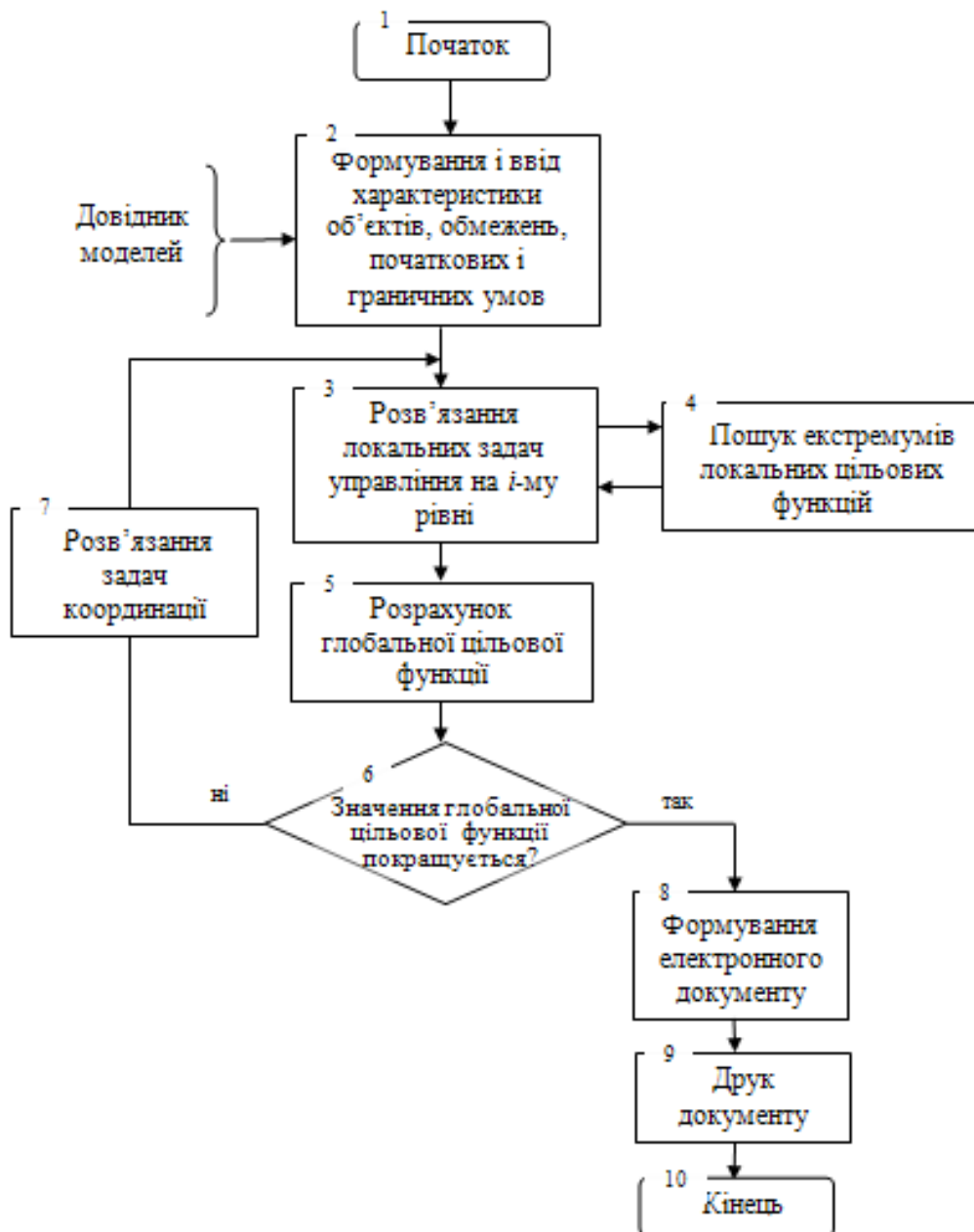
У загальному випадку на базі системно-синергічного підходу феноменологічну логіко-структурну модель формування синергічних ефектів в НГП корпоративної структури можна представити як системну суперпозицію нелінійної динаміки внутрішньо-системних факторів на фазовому і структурному рівнях нелінійної динаміки факторів зовнішнього середовища та координуючих управляючих дій, які спрямовані на забезпечення когерентності усіх діючих факторів.

Координуючі дії мають бути спрямовані на використання ресурсів всіх видів – компетенцій, організаційно-управлінських рішень по забезпеченню когерентності діючих зовнішніх і внутрішньо-системних факторів.

Узагальнену блок-схему алгоритму управління такою складною системою як НГП корпоративної структури із розв'язанням задач координації наведено на рис.1. Вона реалізує ітераційний алгоритм, що базується на виконанні певних процедур.

Для управління координацією, яка реалізує синергічний розвиток в реальному часу, необхідно створити організаційно-економічний механізм синергічного розвитку корпорації, який повинен базуватися як на недержавному фінансуванні, так і на державному. Окрім того, сукупність управлінських дій на корпоративну систему повинна передбачати створення конкретних інституціональних форм господарської діяльності для реалізації синергічного розвитку і освоєння технологій реалізації інноваційно-синергічного розвитку.





**Рис. 1. Узагальнена блок-схема ітераційного алгоритму управління НГП корпоративної структури із розв'язанням задач координації роботи її підсистем**

Отже, розроблено ітераційний алгоритм управління НГП корпоративної структури як складною корпоративною системою з розв'язанням задач координації роботи її підсистем, що дозволяє реалізувати синергічні ефекти в НГП, як нелінійні ефекти, що виникають у гетерогенній системі в результаті узгодженої в просторі і часі дії різнорідних за природою факторів і механізмів.

Література:

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия: [пер. с англ. под ред. Ю.Н. Контуревского] / И. Ансофф. – СПб.: Изд. «Питер», 1999.– 416 с.
2. Никологорский Д.Ю. Крупные интегрирование структуры в промышленности / Д.Ю. Никологорский. – М.:«Эко». – 1997. – № 11. – С.70-82.
3. Кондратьев В.В. Показываем бизнес-процессы / В.В. Кондратьев, М.Н. Кузнецов. – М.: Эксмо, 2007. – 352 с.
4. Кузнецова С.Б. Синергетический менеджмент как инструмент экономической безопасности и социально-экономической самозащиты предприятия / С.Б. Кузнецова, Б.Л. Кузнецов, Ф.И. Андреева, Р.А. Каюмов // Социально-экономическое развитие России в XXI веке. – Пенза, 2003. – С. 120-122.
5. Hamel G. Corporate Imagination and Expeditionary Marketing / G. Hamel, С.К. Prahalad // Harvard Business Review, 1991. – Vol. 69. – p. 23-32.
6. Маркіна І.А. Методологічні питання ефективності управління / І.А.Маркіна // Фінанси України. – 2000. – № 6. – С. 24-26.
7. Пригожин И.Р. Познание сложного. Введение / И.Р. Пригожин, Г.Николис. – М.: Мир, 1990. – 344 с.

## Logistyka

**Mubarak Ateeq Sultan Alafreet Alkuwaiti<sup>1</sup>**  
**Saltanat Jakubayeva<sup>2</sup>**

*PhD student of Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan*

*PhD, Al-Farabi Kazakh National University, Almaty, Kazakhstan*

## **“THE SILK ROAD” IN CENTRAL ASIA”**

**Abstract.** The Silk Road had a great influence on the prosperity of many ancient civilizations such as Chinese, Egyptian, Indian and Roman civilizations, until they laid the foundations for modern times. This study explores how the new Silk Road Initiative, presented as a concept based on economic rationality, tends to provide an ideological perspective on transport and trade for the Central Asian region. The New Silk Road Initiative calls for more transport infrastructure in Central Asia without addressing the most important barriers to trade: widespread production patterns, corruption, and poor border management practices. The importance of this study shows how economic and political interests overlap in China's attempt to show off its economy by investing in infrastructure and improving ties with Europe and the Middle East. The problem of the study is the identification of silk methods in Central Asia. We conclude that China is betting on many alternative silk routes and can play outside countries in that game. At the same time, China's industries will mainly benefit from better trading systems exported to Europe or the United States if invested in countries along the Silk Road.

### **Introduction:**

Silk began to take its way from China to the rest of the world with many goods. Its transmission from China and the ends of Asia to Central Asia, Western Europe, North Africa and Central Europe began to take specific paths, known as the Silk Road. This road is a network of secondary roads that take the roads of the largest, the most important two major roads, one summer and winter, and combines these paths and all of them, being the routes of convoys from east to west, traversed the course of many countries flourished thanks to the commercial movement in the ancient world . The Silk Road Routes have been organized since the 5th century BC, and have remained regular for the next fifteen hundred years.

In 1877, the German geographer, Ferdinand von Ritzhoben, launched the silk trade route, mainly between China in the Han Dynasty and the southern and western parts of Central Asia and India, the Silk Road. The "Silk Road" is the ancient land transportation route from China, across the western and northern regions of China and Asia to the regions near Africa and Europe. Through this route, large-scale exchanges in politics, economy and culture between different regions and nationalities were conducted. Material civilization through the Silk Road to the outside: The West began to know China from the transmission of Chinese silk through the "Silk Road" abroad. In the Tang Dynasty, China's silk industry reached its peak, and its styles and decoration increased. In the Ming Dynasty, silk textiles have inherited a rich tradition and beauty from the Tang Dynasty, attracting traders from all over the world to their excellent quality. When the fine, bright silk arrived in the West and was very impressed by the Westerners, the Roman poet and the Chinese silk sergeant praised him as more beautiful than flowers and finer than spider's. As Chinese silk moved abroad, Westerners knew silk as they knew China. In ancient times, Chinese silk became a commodity that moved and was sold further and its trade volume reached its highest and reached its most expensive price and gradually gained in world trade. Besides silk, Western countries were impressed with China's porcelain and its oriental products. On the Silk Road, material culture was reciprocal. People of various European and Asian countries also carried their various products to China. The Silk Road was a passageway to China in its land trade with South Asia, West Asia, Europe and North Africa. It is called the Silk Road due to the transfer of large quantities of silk and Chinese silk textiles to the west via this route. Archaeologists have discovered that the Silk Road was originally formed in the Han Dynasty in the 1st century BC. The Southern Silk Road then traveled to Afghanistan, Uzbekistan and Iran to the west. The other route passes through Pakistan and Kabul to the head of the Gulf and can be reached from Iran and Rome. Between the 2nd century BC and the 2nd century AD, along the Silk Road were four major imperial states: Rome in Europe, Parthia in Western Asia (ancient Iran with the slave system), Kushan in Central Asia (the state controls Central Asia and northern India) Han Chinese in East Asia. And that the formation of the Silk Road made these ancient civilizations exchange and are influenced by each other and then develop any civilization in isolation. East-West communication has intensified through the Silk Road, a complex road network. Chinese historical records say that walnuts, cucumbers and black pepper were brought

from the west. In the Tang Dynasty between the 7th and 9th centuries AD, the Silk Road flourished more, bringing to China birds, rare animals, jewelry, spices, glassware, gold and silver coins from the West, music, dance, food, costumes and decorations from West Asia and Central Asia. Such as silk, papermaking, printing art, lacquered utensils, ceramic pots, dynamite and compass, through the Silk Road, making an important Chinese contribution to world civilization (waugh, 2010).

While China's trade has developed, cultural exchanges have moved through the Silk Road and Buddhism has become one of the three major religions in the world to China in the late Han Dynasty (206 AD 220 BC). The path of Buddhism from India to China was recorded in wall paintings Ten thousand square meters and still exist in the stone cave temple built in the third century AD Bakzar in Senjan. Across the Silk Road Buddhism entered from India to Qizar in Sinjan and Don Huang Gansu and then to the interior of China. The remaining Buddhist stone caves along the Silk Road, such as the caves of Moqao without Huang and the Long-Min Cave of Stone in Bloiang, are characteristic of the Eastern and Western arts, an indication of the cultural exchange between China and the West through the Silk Road. With the changing political and economic map in Europe and Asia after the ninth century AD, and in particular the advancement of navigation technology, the role of maritime transport in trade and the role of the traditional land-based Silk Road became more pronounced. In the tenth century, this silk road was rarely considered a commercial route. In recent years, the United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) has launched a new research program for the Silk Road called the Silk Road, the path of dialogue to promote dialogue and exchange between East and West.

In the past few years, the Middle East has witnessed events that have changed the balance of power in the region and have reshaped the Middle East. Despite these events and changes, Saudi Arabia and Egypt have maintained their image as the most stable and interactive To restore balance to the region. Because both countries are the most influential of the changing, renewable and ongoing events, it was natural for the region to be aligned with the adoption of a future systematic strategy for development in the Middle East region (until 2030). This strategy strongly reflects the future the region is waiting for, Much about the past (Dijk, 2016).

The People's Republic of China has achieved great economic achievements since its establishment over six decades ago. Its economic focus has been concentrated over the past three decades. Its economy has achieved growth rates of over 10% and

has maintained this for years, Pushing it to the second place in the world where the size of the economy after the United States, overtaking Japan, which fell to the third place. During that period, China achieved an unprecedented industrial boom and won the title of "World Factory", It has also become the largest exporter in the world, enabling it to achieve trade surplus with most of the world without a competitor.

China regards the region as the world's first energy exporter and its ability to influence them is important for further engagement in the region. Therefore, China appreciates the stability and the relentless efforts to consolidate its relations with the region's countries for development, Is a priority for a community of common interest, reinforced by its growing role in the Middle East. It also relies on a general principle of non-interference in democracy and human rights issues. China pledges to support sovereignty, stability and regional security, which makes it a source of warm welcome from Arab governments. China has no known strong antagonisms or fundamental differences. It gives it many advantages (Peyrouse, 2015).

### **Research problem**

China emerged as the dominant trading partner in the Middle East. Many oil producers in the region rely heavily on oil export revenues from China. As interdependence in energy trade increases over time, each side's importance for the other will increase in the area of trade and strategic relations. This makes careful planning and adaptation necessary for both sides. Depending on the adaptation strategies adopted by each Party, they may differ in their comparative positions and their relationship in important respects.

In order for China to continue to expand in various fields, it launched the "Belt and Road Initiative", which helps it strengthen its economic relations with the outside world, this initiative is based on the investment of the ancient Silk Road, the road linking China to Central Asia and the Mediterranean for thousands of years, the new initiative, in terms of the sectorial component, involves the creation of a wider network of roads, other sea lanes and three oil and natural gas pipelines, along with a network of industrial fibers that will launch an electronic silk road to the 21st century. The initiative is geographically larger than the ancient Silk Road as it connects China to the outside world from East, South and Central Asia to Europe, through West Asia Middle East and North Africa. So the main problem of the study is the identification of the Silk

Road in Central Asia, the role played by Russia and China, and how China has achieved a range of interests through the Road and Belt Initiative in Central Asia.

### **Research Questions**

The main question of this study is: "**How was Silk Road established in Central Asia?**"

This main question is subdivided into the following sub-questions:

What role did Russia play when building the Silk Road in Central Asia?

What role did China play when building the Silk Road in Central Asia?

How was the absolute economic rationality of the Silk Road Initiative Central Asia:

What interests does China seek to achieve through the Silk Road in Central Asia and the Caucasus?

### Literature Review:

Not only was the Silk Road a way of trading between ancient nations and peoples, but its economic dimension exceeded other human horizons. Ideas and religions passed through it, the world became familiar with Buddhism and Asia became known as Islam. As gunpowder passed through, nation knew firearms and paper, and there was a major breakthrough in the heritage of humanity with the extensive blogging activity that facilitated paper. Also moved through the Silk Road patterns of social systems. However, economic activity has always been the most important factor, and its most visible effect. The Silk Road has led to the accumulation of global gold reserves in China, which, by the tenth century, has more alone than European countries (Barisitz, 2017). The global economy has made a big leap with traders discovering that the maritime routes are safer than the roads (coinciding with the outbreak of Mughal-Islamic wars in the heart of Asia), and the Silk Road has gradually disappeared. The Indian Ocean from Haran in South Asia to North Africa through the Red Sea. The land convoys take the goods from the last point in the Gulf of Suez and transport them to the boats anchored in the Damietta Dam in Egypt and the surrounding ports. The Mamelukes of Egypt were charged high fees for this "link" so that they were, for example, get for black pepper and the weight of gold (Hopkirk, 2011).

The Mameluke Egypt flourished from time to time until the Cape of Good Hope was discovered. The ships changed their course. They crossed the coasts of Africa and settled in the ports of the Iberian Peninsula. Portugal and Spain thrived, and

Egypt ended in the late Mameluke era and during its Ottoman era. As the Suez Canal opened and the maritime route from Asia to Europe was connected, the situation changed. Trade was organized and the Suez Canal was built by Egyptian cities from the Sahara (Hopkirk, 2011). Suez and many other points were distributed along the western edge of the canal. In 1877, the German geographer Von Richthofen launched the name Silk Road on the transportation route used mainly for silk trade between China in the Han Dynasty and the southern and western parts of Central Asia and India. The "Silk Road" means the ancient landline extending across the western and northern regions of China and Asia as a whole, to areas close to Africa and Europe (Tucker, 2015). As goods and goods moved through the Silk Road abroad, the West began to know China, where the silk industry reached its peak in the Tang Dynasty, where its styles, artisanship and beauty grew. Along with silk, China exported ceramics that were admired by the West, and imported silk products from Europe and Asia (Hopkirk, 2011).

In the Byzantine era, the ports of the Arabian Gulf and the coast of Yemen benefited from the economic conflict between the Sassanians and the Byzantines. The Sassanid worked to reduce the direct trade of the Byzantines with India. The Byzantine ships stopped by reaching Bab al-Mandab and the African coasts for the goods of the East. The Sasanians succeeded in transferring the trade of India, Ceylon and China to the Arabian Gulf, where they do not compete with each other. The goods of the East passed through the ports of Bahrain until they reached Al-Basrah in Iraq (Hopkirk, 2011). Masoudi recalls that the ships of China and India were returned to the kings of the Hassa loyal to the Sasanians and entered the Euphrates River and anchored in the port of Albala, where the goods of China to Syria and sold to the Byzantines. The most important materials of this trade were Chinese silk, which was in high demand, but the Byzantines also tried to hit the Sassanian monopoly of the East Sea trade and deprive them of their money from the Chinese silk trade, and they used it in Ahabash. Abraha al-Habashi, the ruler of Yemen, organized a campaign in 571 AD to seize Mecca and annex the Hijaz and hit the commercial activity of Quraish. However, the campaign did not achieve victory and did not subject Mecca to the authority of the Ahabash, and did not succeed Ahabash merchants compete with Gulf traders of Arabs and Persians on the East trade. They settled in Ceylon and India and for a long time played the role of intermediaries in this trade, thus destroying the Byzantine Byzantine plans (Hopkirk, 2011). What ultimately destroyed these dreams was that the Sasanian army, which



arrived in Yemen by sea, managed to expel the Ethiopians with the help of the Yemenis who had declared a general revolt against the Habashis in their country. Thus, controlling the profits of Chinese and Indian trade was the main driving force behind events in the Arabian Peninsula in the 6th century AD. Some historians believe that the campaign of Abraha al-Habashi on Mecca was not aimed at the destruction of the Kaaba, but was for economic and political reasons (Wood, 2004).

#### Conclusion:

In brief, The southern Silk Road headed from China to Afghanistan, Uzbekistan and Iran to the west. Another route passed through Pakistan and Kabul to the top of the Indian Gulf. It was accessible from Iran to Rome via Syria. Between the second century BC and the second century AD, the Silk Road was composed of four major empires: the Roman Empire in Europe, the Parthia in Western Asia (ancient Iran), the Kushan in Central Asia (a country that controlled Central Asia and Northern India), and the Han Dynasty Chinese in East Asia. With the development of Chinese trade, cultural exchanges were active along this path. Buddhism, as one of the three largest religions in the world, entered China in the late Han Dynasty (206-220 BC). With the change of the political and economic map in Europe and Asia after the ninth century AD, the UNESCO has begun to implement new research programs on the Silk Road as a way to promote cultural dialogue and cultural exchanges between East and West.

#### References

Barisitz, S. (2017). *Central Asia and the Silk Road: Economic Rise and Decline over Several Millennia*. New York: Springer.

Dijk, M. B. (2016). *The Silk Road and Chinese interests in Central Asia and the Caucasus: the case of Georgia*.

Hopkirk, P. (2011). *Foreign Devils on the Silk Road: The Search for the Lost Treasures of Central Asia*. London: Hachette UK.

Peyrouse, S. &. (2015). *the New Silk Road Initiative's questionable economic rationality*. ISSN: 1538-7216 (P

rint) 1938-2863 (Online) Journal homepage: <http://www.tandfonline.com/loi/rege20>.

Tucker, J. (2015). *The Silk Road - Central Asia, Afghanistan and Iran: A Travel Companion*. London: I.B.Tauris.

waugh, D. C. (2010). *The Silk Roads in History* .

Wood, F. (2004). *The Silk Road: Two Thousand Years in the Heart of Asia*. New York: University of California Press.

**Залесский Б. Л.**

*Белорусский государственный университет*

## **ВЕКТОРЫ ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ – СЕРБИЯ, ИРАН, КИТАЙ**

В октябре 2019 года в Москве состоялось заседание Евразийского межправительственного совета, в рамках которого руководители правительств всех пяти стран-участниц Евразийского экономического союза (ЕАЭС) сфокусировали свое внимание на развитии отраслевых направлений взаимодействия, а также на укреплении позиций организации на международной арене, подчеркнув, что «особое место в развитии евразийской интеграции занимает международное сотрудничество» [1]. И, действительно, только в октябре 2019 года данная евразийская интеграционная структура сделала целый ряд конкретных шагов по развитию взаимодействия с государствами, расположенными как в Европе, так и Азии.

В частности, на том же заседании Евразийского межправительственного совета состоялось подписание Соглашения о зоне свободной торговли между ЕАЭС и **Сербией**, которое, по мнению сторон, должно придать новые импульсы расширению торгово-экономического сотрудничества между его участниками. Напомним, что до появления данного документа у Беларуси, России и Казахстана уже существовали двусторонние соглашения о свободной торговле с Сербией. Тем не менее, новые договоренности с сербской стороной, во-первых, «открывают принципиально новый рынок для Армении и Кыргызстана – с незамедлительным беспопылинным доступом подавляющему объему товаров экспортного профиля, и, во-вторых, создают новые экспортные возможности для производителей Беларуси, Казахстана и России» [2]. При этом участники соглашения получают экономические выгоды не только в краткосрочной перспективе в виде мгновенной экономии таможенных платежей в отношении существующего экспорта, но и в среднесрочной – в плане реализации экспортных возможностей при расширении режима свободной торговли. Кроме того, документ гарантирует стабильность, предсказуемость и прозрачность торговых отношений, а также выполнение обязательств по соблюдению международных стандартов в том, что касается процедур лицензирования, запретов и количественных ограничений, технического регулирования, санитарных и фитосанитарных мер, применения антидемпинговых,

компенсационных и специальных защитных мер, охраны прав на интеллектуальную собственность.

Еще один пример расширяющегося международного сотрудничества ЕАЭС касается **Ирана**, временное соглашение с которым, ведущее к созданию зоны свободной торговли, было подписано еще 17 мая 2018 года, а вступило в силу 27 октября 2019 года. Этот документ «предусматривает ограниченный товарный охват, однако включает практически все основные виды продукции, на долю которых приходится 55% совокупного экспорта ЕАЭС – сельскохозяйственные и промышленные группы товаров. <...> Преференциальное импортное покрытие составляет 49% общего объема поставок Ирана в ЕАЭС» [3]. Если говорить более конкретно, то в перечень товаров, по которым экспортеры стран ЕАЭС, в том числе и Беларуси, получили преференции, входят мясная и масложировая продукция, отдельные виды кондитерских изделий и шоколада, электронного и механического оборудования, а также металлы и косметика. Важно и то, что стороны должны будут теперь обеспечить режим наибольшего благоприятствования и национальный режим в отношении всех торгуемых между ЕАЭС и Ираном товаров. А все сборы, связанные с импортом товаров, не должны больше превышать стоимость оказанных за таможенное оформление услуг. И не должны более применяться необоснованные тарифные, ограничивающие торговлю, в отношении товаров, которые перечислены в соглашении.

Наконец, в день заседания Евразийского межправительственного совета – 25 октября 2019 года – вступило в силу Соглашение о торгово-экономическом сотрудничестве между ЕАЭС и **Китаем**, подписанное 17 мая 2018 года. Сразу оговоримся, что данный документ не является соглашением о свободной торговле, так как его положениями не предусмотрено снижение или устранение ввозных таможенных пошлин. Цель соглашения – в другом: «повышение уровня транспарентности систем регулирования, упрощение торговых процедур, а также развитие кооперационных связей» [4]. В частности, документ устанавливает гораздо более высокий уровень транспарентности систем санитарных и фитосанитарных мер и технического регулирования сторон. В сфере таможенных процедур соглашение содержит договоренность о выпуске товаров без необоснованных задержек, с обозначением ускоренной таможенной очистки скоропортящихся товаров. Здесь же зафиксированы существенные гарантии для белорусских, российских, казахстанских, кыргызских и армянских экспортеров в отношении охраны и защиты прав интеллектуальной собственности. Для Беларуси,

которая сегодня находится в стадии присоединения ко Всемирной торговой организации, данный документ важен и с точки зрения того, что он устанавливает в отношениях с Китаем «правовые гарантии выполнения ключевых принципов ВТО» [5]. В соответствии со стратегиями развития стран-участниц ЕАЭС приоритетами сотрудничества с Китаем являются промышленность и агропромышленный комплекс. С учетом этого стороны обозначили три наиболее важных направления взаимодействия: 1) создание единого цифрового пространства; 2) локализация технологий; 3) эффективное взаимодействие в научно-технической и инновационной сферах. Чтобы все эти направления были успешно реализованы, в ЕАЭС сейчас создается карта индустриализации, которая «обозначит те сферы, в которые привлечение иностранных инвестиций и технологий будет наиболее целесообразно» [6].

#### Литература

1. Заседание Евразийского межправительственного совета [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <http://www.government.by/ru/content/9076>
2. ЕАЭС и Сербия подписали соглашение о свободной торговле [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/eaes-i-serbija-podpisali-soglashenie-o-svobodnoj-torgovle-367118-2019/>
3. Пивовар, Э. Временное соглашение о зоне свободной торговли между ЕАЭС и Ираном вступило в силу / Э. Пивовар // [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/vremennoe-soglashenie-o-zone-svobodnoj-torgovli-mezhdu-eaes-i-iranom-vstupilo-v-silu-367284-2019/>
4. Главы правительств стран ЕАЭС приняли совместное заявление с Китаем по случаю вступления в силу Соглашения о торгово-экономическом сотрудничестве между ЕАЭС и КНР [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <http://www.government.by/ru/content/9074>
5. Соглашение о торгово-экономическом сотрудничестве ЕАЭС и Китая вступило в силу [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/soglashenie-o-torgovo-ekonomicheskom-sotrudnichestve-eaes-i-kitaja-vstupilo-v-silu-367082-2019/>
6. Пивовар, Э. ЕЭК определила три основных направления промышленного сотрудничества ЕАЭС с Китаем / Э. Пивовар // [Электронный ресурс]. – 2019. – URL: <https://www.belta.by/economics/view/eek-opredelila-tri-osnovnyh-napravlenija-promyshlennogo-sotrudnichestva-eaes-s-kitaem-365900-2019/>

## Gospodarka rolna

**Утегенова К.А.**

*Қорқыт Ата атындағы ҚМУ, э.ғ.к.*

**Жолдасбек Бибінұр Баки-Бағланқызы**

*Қорқыт Ата атындағы ҚМУ-нің студенті*

### **АЙМАҚТА АУЫЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫН БАСҚАРУ**

#### **КАДРЛАРЫН ҚАЙТА ДАЯРЛАУ**

Аграрлық өндірісті индустрияландыруға қадам басу жоғары білікті және кәсіпқой мамандарға сұранысты тудырады. Сондықтан білікті ұлттық кадрларды ауыл шаруашылығы мамандықтары бойынша кәсіби жағынан даярлау және қайта даярлау – бүгінгі күннің талабы.

Соңғы жылдары Қазақстанның агроөнеркәсіптік кешенінде нарықтық қатынастарды дамытуға қатысты түбегейлі өзгерістер жүргізілуде. Ауыл шаруашылығы ұйымдарының ұйымдастырушылық-құқықтық формалары өзгеріп, ауыл шаруашылығы өндірушілерінің жаңа түрлері пайда болды. Өзгермелі нарық жағдайында саланың экономикалық субъектілерінің тәуелсіздігі артуымен, үкіметтік және экономикалық өкілеттіліктердің орталықсыздануы мен басқа да бірқатар факторлардың әсерімен кез келген ұйымдастырушылық-құқықтық формадағы экономикалық нысанның, оның ішінде ауыл шаруашылығы құрылымының жетістікке жетуінің 90%-ы өндірістік, өткізу және тарату үдерістеріндегі маңызды тұлға басқарушы буынның еңбек ресурстарына тәуелді [1].

Қызылорда облысының ауыл шаруашылығының даму тенденциялары білікті еңбек ресурстарының, сонымен қатар, ең алдымен басқарушы кадрлардың қажеттілігін көрсетті. Осыған байланысты соңғы жылдардағы Қызылорда облысының ауыл шаруашылығы кәсіпорындары басшыларының сапалық көрсеткіштерін зерттелді. Зерттеу барысында басшылардың жас ерекшеліктері бойынша топтастырылуы бағаланды. Жалпы зерттелген басшылардың құрамында 40-60 жас аралығындағы басшылар негізгі бөлігін

алған (68,9%). Ал 30 жасқа дейінгі басшылардың үлесі бұрынғысынша өте аз (6,1%).

Сонымен қатар, жыл өткен сайын зейнеткерлік жастағы басшылардың үлес салмағы аз қарқынмен артуда. Бұндай жағдай тек біздің аймақта ғана емес, бүкіл Қазақстанның аймақтарында қалыптасып отыр.

Басшының жасы неғұрлым үлкен болса, оны қайта оқытуға, біліктілігін арттыруға соғұрлым көбірек көңіл бөлу керек. Басшылардың сапалық көрсеткіштерін зерттеу барысында білім деңгейі көрсеткіштерін де қарастырдық. Ауыл шаруашылығы кәсіпорындарын басқаруда білім деңгейіне қарағанда өмірлік дағды мен өндірістік тәжірибенің жетістіктің маңызды факторы екені даусыз. Сонымен қатар, басшының білім деңгейі жалпы интеллектуалдық дамуын қамтамасыз етеді, ал бейіндік бағыт бойынша алған жоғарғы кәсіби білімі ауыл шаруашылығы кәсіпорнын басқаруда максималды жетістікке әкеледі [2]. Салыстырмалы талдау жасау барысында, жоғарғы білімді ірі ауыл шаруашылық кәсіпорындары басшылары үлесінің жылдан жылға азайғанын (8%) көруге болады. Қызылорда облысы ауыл шаруашылығы кәсіпорындары басшыларының кәсіби білім деңгейлері динамикасы тұрақсыз болып, орта кәсіби білімі бар басшылардың үлесі 1,7% азайған. Ауыл шаруашылығы кәсіпорындарын басқаруда алғашқы кәсіби білімі бар тұлғалардың үлесі 3,9%, жалпы орта білімі ғана бар тұлғалардың үлесі 5,2% -ға артқан. Жалпы алғанда, сәйкес салада білімі жоқ басшылардың үлесі артқан.

Зерттеу нәтижелерінен, ауыл шаруашылығы кәсіпорындары басшыларын базалық дайындық дәрежесін ескере отырып, қайта даярлықтан өткізу бағдарламасын қалыптастыру және оны жүзеге асыру қажеттігі туындайды.

Шынайы зерттеу материалдары ауыл шаруашылығы кәсіпорындары басшыларының жетістікпен жұмыс жасауға қажетті білімі, дағдысы, біліктілігіне қойылатын талаптарға сай келмейтінін көрсетеді. Ауыл шаруашылығы кәсіпорындары басшыларының басым бөлігінде менеджмент, экономика, қаржы, әлеуметтік психология, іскерлік этика және т.б. білімдері жоқ. Мұндай орын толмаушылықты жұмыс жасап жүрген басшыларды қайта даярлау және кадрлық резервті кәсіби даярлау жолымен толықтыруға болады.

Ауыл шаруашылығы кәсіпорындары басшыларының білім деңгейінің мұндай қарқыны шұғыл түрде кәсіби қайта даярлау, біліктілікті артыру, т.с.с. шараларды қажет еткенімен, мәселені тереңірек зерттеуді қажет етеді. яғни

біліктілікті арттыру курстары мен семинарларға бару бұл мәселені түбегейлі шешпейді. Ол үшін заманауи басшылардың кәсіби қызығушылықтары мен экономикалық-әлеуметтік ортаның қоятын талаптарын зерттеуден бастау керек.

Дегенмен, ауыл шаруашылығы кадрларын дайындау орталығымен байланыстағы оқу орындарының барлығында материалдық- техникалық базасысы мықты және лайықты білім беруді қамтамасыз ететін бағдарламалары мен кадрлары бар. Ауыл шаруашылығы тауарын өндірушілерді мұндай біліктілікті көтеруге ынталандыру шаралары қажет. Мысалы, аттестаттау. Аттестаттау нәтижесімен мемлекеттік тапсырыс беруге немесе мемлекеттік қолдау қаржыларын алуға мүмкіндік беретін болса, ауылдық мамандар да біліктілігін арттыруға ынталы болар еді.

Елбасымыз биылғы Жолдауында ауыл шаруашылығы өндірісін 2014 жылға дейін 2 есе, 2020 жылға дейін 4 есе ұлғайту керек деген талап қойды. Аграрлық секторда етті мал шаруашылығын дамытуға байланысты арнайы жоба көзделуде. Әрине, мұның бәрі халық үшін қосымша жұмыс көзі болып табылады. Сонымен қатар, ауыл шаруашылығына қатысты басқа да егіншілік, машинажасау, химиялық және тамақ өнеркәсібінің, техникалық жөндеу салаларының қоса дамуына жол ашады. Сондықтан осы талапты орындау арқылы ауылшаруашылық кәсібі жаңа міндетпен жаңа бағытқа бет алады.

Пайдаланылған әдебиеттер:

1. Д. Бітікова. «Агробизнес-2020»: ауыл шаруашылығын дамытудың жаңа арнасы // Егемен Қазақстан – 2018. – 15 ақпан. – 3 б.
2. Қызылорда облыстық біліктілікті арттыру институтының мәліметтері, 2013 ж.



## Rozporządzenie stan gospodarki

**Д.е.н., професор кафедри фінансів, банківської справи та страхування**

**Халатур С.М.**

**Бровко Є.І., ст.гр. МгФБС-1-16**

**Іванова О.І., ст.гр. ФБС-1-16**

*Дніпровський державний аграрно-економічний університет, Україна*

### ПРИНЦИПИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВАЛЮТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Валютний ринок України відіграє важливу роль у сфері економічних відносин. Будь-яка іноземна інвестиція, незалежно від того, з якими вона ринками пов'язана, – чи то ринок цінних паперів, чи то нерухомість, чи то банківські депозити, – неодмінно повинна пройти через валютний ринок. Тут відбувається узгодження інтересів як покупців, так і продавців валютних коштів.

Валютний ринок, як один з головних елементів світової валютно-фінансової системи, в останні десятиліття характеризується посиленням процесів глобалізації, диверсифікації та трансформації. Інтеграція України до світового співтовариства зумовлює необхідність удосконалення функціонування її валютного ринку. Таким чином, у результаті активного впливу зовнішніх і внутрішніх факторів на економіку України та в умовах світової фінансової кризи, проблеми вітчизняного валютного ринку набувають особливої актуальності.

Валютний ринок України, як і валютні ринки більшості країн світу, значною мірою відображає стан економіки країни. Його коротка (за світовими мірками) історія представлена кількома періодами, коли застосовувалися різні підходи до його регулювання. Формування валютного ринку в Україні безпосередньо пов'язане з процесами розбудови української держави та реформуванням її економіки.

Беручи до уваги думки українських вчених-економістів, слід зазначити, що вони виділяють наступний ряд проблем, які характеризують стан валютного ринку та валютної політики України [2]:

- відсутність стабільної економічної та фінансової ситуації в країні;
- слабкий експортний потенціал, що не забезпечує достатніх валютних надходжень країну;

- недостатнє залучення альтернативних зовнішніх джерел фінансування міжнародних фінансових відносин України;

- неефективне використання внутрішніх фінансових ресурсів;

- нестабільність гривні відносно провідних валют світу.

Результати аналізу стану валютного ринку України показують необхідність впровадження комплексу законодавчих, нормативно-правових та інших заходів з метою стабілізації національної грошової одиниці, розвитку валютного ринку, забезпечення інтеграції у світову економіку. Виходячи з проведеного дослідження, можна стверджувати, що основні напрямки стабілізації валютного ринку України такі:

- затвердження програми співробітництва з Міжнародним валютним фондом, що дасть змогу поповнити валютні резерви і підтримати гривню;

- підвищення прозорості і передбачуваності операцій Національного Банку України на валютному ринку, що забезпечить усім банкам рівний доступ до валютних інтервенцій НБУ;

- зменшення рівня доларизації української економіки через підвищення привабливості гривневих активів;

- удосконалення структури внутрішнього валютного ринку з урахуванням міжнародної практики;

- удосконалення нормативної бази НБУ;

- посилення роботи з моніторингу валютних ризиків;

- удосконалення механізмів контролю та протидії спекуляціям;

- стимулювання експорту і забезпечення рівноваги платіжного балансу.

І, як результат, правлінням Національного банку України було прийнято ряд заходів, що відобразились у постанові щодо врегулювання ситуації на грошово-кредитному та валютному ринках України. Перспективи України на міжнародному валютному ринку з фінансового погляду є негативними. Зменшення валютних резервів, збільшення кредитної заборгованості, девальвація гривні, висока інфляція - усі ці показники можуть у разі неприйняття зазначених вище заходів призвести до дефолту національної валюти, а, отже, і всієї економіки України. Завдяки тому, що Україна почала співпрацю з Міжнародним валютним фондом і вже отримала перший транш кредиту, більш-менш стабілізувалася національна валюта і валютний ринок України в цілому, а

також наявні позитивні зрушення в економіці України. Також Національний банк України запровадив низку стабілізаційних заходів на грошово-кредитному та валютному ринках України, що теж є немало важливим чинником для подальшого функціонування й розвитку валютного ринку України.

**Baltabaeva A.K.**

*PhD Student at Turan University Almaty, Kazakhstan*

## **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITIES ECONOMIC DEVELOPMENT IN KAZAKHSTAN: PROBLEMS AND PROSPECTS**

Business social responsibility or corporate social responsibility (CSR), broadly speaking, is a concept reflecting the companies' voluntary decision to make input into society improving and environmental protection.

Concepts and ideas of corporate social responsibility have come a long way in their development, having achieved public recognition worldwide and become the most covered topics in the business environment these days. Very largely it's caused by the increasing importance of business in society development, as well as increased requirements for the business environment publicity. Many companies realize that successful business depends on the effective interaction with the surrounding environment, including public authorities.

Developed countries experience shows that it's not only the state that solves social problems. The commercial sector is also an active participant of this process. More recently, various interaction forms and approaches between government officials and the business environment are becoming widespread in Kazakhstan. Moreover, as practice shows, this interaction is considered by many companies as part of corporate management policy and one of the key strategies. Increasingly, the concept of corporate social responsibility (CSR) becomes the way of social introduction, providing the opportunity come into the spotlight, promote one's individual values, disrobing oneself as a reliable employer and progressive company.

In general, the development of social responsibility of national companies can be subdivided into three following stages

1991 - 1998 - restructuring of the social infrastructure of companies during privatizing;

1999 - 2002 - stable transition from one-off assistance to individuals and organizations to the purpose-oriented financing programs; picturing the image of corporate social responsibility in the business environment and society in general;

2003 – up to the present is the period of the corporate philanthropy institutionalization, development of corporate and private funds, involvement of non-governmental organizations in the corporate programs implementation. As a result, corporate social responsibility is considered to be one of the aspects of sustainable growth.

The “SANJ” Research Center, by request of Eurasia Foundation of Central Asia (EFCA) with the financial support of the Royal Netherlands Embassy in Kazakhstan, conducted research of the Corporate Social Responsibility in Kazakhstan including the situation, problems and development prospects. The research results let us identify the following problematic aspects in promoting CSR:

- lack of instruments for assessing the social and economic effectiveness of existing tax incentives stimulating businesses to follow the principles of CSR ;

- lack of systematic and conceptual outreach of CSR of all society areas, and accordingly, a poor understanding of CSR by Kazakhstani companies;

- weak institutional support of CSR issues, and, accordingly, weak interaction of government bodies involved in various issues of CSR, the public sector;

- imperfect legislation - poor application, insufficient legislation detailing of all the principles and elements of CSR;

- lack of transparency and accountability of local authorities in the social investments;

- lack of a research base in the field of CSR.

Thus, in comparison with the developed countries level in this issue, the practice of corporate social responsibility in Kazakhstan is at the initial stage of development, when it's the state who is the mainspring of the CSR concept of in the republic. Meanwhile, developed countries' companies of any level present social obligations as a standard requirement for carrying out their activities in the market.

The principles of corporate social responsibility in our country are mainly adhered to by large and medium-sized companies. The position of small companies in relation to CSR presented in general in the following table 1, and is diametrically opposite.

Table 1 - the Position of small and large companies on CSR issue

Small and medium companies	Large companies
The government must decide social issues on its own	The government needs to stimulate business to effective implementation of the CSR principles.
Business should not be involved in solving social problems.	Business should be actively involved in solving social problems.
Public sector, local citizens cannot influence on business area	Public sector must actively interact with business.
Implementing CSR practices is expensive and does not bring economic benefits.	In perspective, CSR can increase the intangible value of assets, reduce costs, and so on.
Small, medium business works inspiredly, often without awareness, consistency, while the main role is personality and leader's sensitivity to the problem	CSR processes are systemic, related to the company's strategy, can cover a wide range of problems, the projects themselves can be expensive, time-consuming

In addition, it appears that national companies deal better with the development of the CSR strategy, principles and policies, rather than their implementation. In fact, large companies - state-owned or private, are the most serious about social responsibility in the republic, since they are participants of international business relations. At the world's exchange, CSR has already become an obligatory requirement. Kazakhstan small and medium-sized companies consider social responsibility as an obligation of timely and fully ensured employees salary.

Kazakhstani practice of CSR may be represented in the following areas of interaction between government and business:

The first area is charity. For Kazakhstan, as well as for the other countries of the post-Soviet times, the most common CSR practices are charity and sponsorship. Among the charity recipients, within the traditional programs, are the following target groups: children and youth (both talented and needed help), pensioners, war veterans, and disabled people. Such an understanding of CSR is characteristic feature for all stakeholders - business, government agencies and members of the public. The Legal Policy Research Center has studied the practices of CSR of 30 companies operating in Kazakhstan. Most of them concerned on one-time support of socially vulnerable groups of the population and community development, including assistance to former employees of the Company and their families. Thus, the company reduces the risk of poverty and social tension at the territories of presence.

The second area is characteristic to the mono-profile cities (one factory cities), the socio-economic development of which is almost entirely depends on the activities of the city-located enterprise. Since the regional enterprises of Kazakhstani companies are mostly referred to the above mentioned, could be said that their production activities effectiveness directly depends on the quality of interactions with regional stakeholders. First of all, the company is interested in raising it's profile in the region, ensuring the ability to promote corporate interests that do not contradict with the local community.

The third area of interaction between business and the state is the so-called social partnership, which involves the interaction of government with business community and the public.

The conclusion of a memorandum on cooperation is also practiced between large enterprises and local authorities representatives. So, for example, the Samruk-Kazyna Trust Social Project Development Fund implements charity projects and programs aimed at solving socially significant issues of the population from the entire group of companies of Samruk-Kazyna JSC, which includes 17 large companies of Kazakhstan. NWF Samruk-Kazyna JSC and the Republic of Kazakhstan Ministry of Labor and Social Protection signed a unique memorandum on the social initiatives implementation. Since the beginning of 2019, the Fund has implemented 15 social projects aimed at solving socially critical for the population issues, for a total amount of 4.8 billion tenge.

Kazakhstan - following the way of the European Union - is trying to "educate" Kazakhstani entrepreneurs with the legally established mechanisms. The principles of CSR are protected by The Labor Code, The law on the Trade Unions, The law on Private Entrepreneurship, and The Consumer Rights Protection Law, the Republic of Kazakhstan State Standard of "Social Responsibility Requirements"( social accountability international (mod)), abbreviated ST RK 1352-2005 (SA 8000: 2001, Mod) on social responsibility, occupational health and safety management system. The state standard is developed to promote corporate values in social responsibility for the employer, contributes to the spread of globally acceptable requirements for social responsibility of the organization. In 2008, the "Paryz" business social responsibility competition was initiated to let private entrepreneurs and companies raise their corporate social responsibility among the society for the further population welfare growth. During the competition, more than 4.5 thousand enterprises of small, medium

and large businesses became the participants. Paryz's laureates and participants created over 150 thousand new jobs. 135.5 billion tenge was allocated for social projects, sponsorship and charity. Over 63 billion tenge has been allocated by enterprises for the construction, reconstruction, modernization and maintenance of gas treatment plants, water treatment plants. The enterprises's costs for the improvement and landscaping of regions and cities is about 36 billion tenge.

As incentive measures, the Kazakhstan Tax Code also provides for exemptions towards the companies implementing social and charitable projects: income tax reduction, value added tax benefits, and the reduced rate application.

Summarizing the above said on CSR in Kazakhstan, we can note that the government needs to improve economic conditions to stimulate business development, work at the legislative framework for introducing the principles and elements of business social responsibility, which will ensure understanding of business social responsibility as an integral part of the reproduction process. And as a result of effective systematic activities at all the levels of business relationships, affecting the economic performance of the business is its sustainability and competitiveness.

It is highly required that, business complies with the legislation and eliminates unfair business practices, and the government keeps on fight against corruption, to inspire transparency and sociability of companies as well as their brand establishment. It is necessary to implement the best world practices, international standards of social responsibility, a gradual transition to international standards and recommendations for corporate social responsibility reports (sustainable development).

Thus, the socialization of the economy market is impossible without improving the state budget. It should be aimed at harmonizing the interests of all its participants and increasing the financial stability of the state economy to crisis phenomena at all levels, creating a mechanism for stimulating the state socially oriented business by recognizing it's social responsibility at the state level

#### Literature:

1. <http://www.webeconomy.ru> Factors of implementation of CSR in business practice and mechanisms for its implementation. Date 28.09.2019.
2. <https://articlekz.com> Social responsibility of business and socio-economic harmony.



3. <http://csr-ca.com> The concept of corporate social responsibility of business in Kazakhstan. National Chamber of Entrepreneurs of Kazakhstan, Astana. 2015
4. <http://inozpress.kg> "Eurasia.expert" Socially responsible business: the experience of Belarus, Kazakhstan and Russia. Press Digest Sep 29, 2019.
5. <https://vlast.kz/biznes> Corporate citizen in Kazakhstan and the world.
6. [lprc.kz](http://lprc.kz) Center for Legal Policy Research (LPRC).
7. Sanj Research Center. Corporate social responsibility in Kazakhstan: situation, problems and development prospects. - Astana: Sanj, 2013.
8. <http://sk-trust.kz> annual report. Date 17.09.2019
9. Kazakhstani corporate social responsibility: government agencies, business and the civil sector as key participants in building a systematic approach to CSR // Program for young researchers in the field of public policy of the Soros Foundation-Kazakhstan, 2016

## Banki i system bankowy

**Романовский Ю. А., Селин Ю.Н.**

*Национальный технический университет Украины «Киевский политехнический институт имени Игоря Сикорского»*

### **АНАЛИЗ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКА**

Кредитный портфель представляет собой остаток кредитной задолженности по балансу коммерческого банка на определенную дату. В экономической литературе кредитный портфель определяется как совокупность требований банка по кредитам, которые классифицированы на основе определенных критериев. Одним из таких критериев, применяемых в зарубежной и отечественной практике, является степень кредитного риска. По этому критерию определяется качество кредитного портфеля. Анализ и оценка качества кредитного портфеля позволяет менеджерам банка управлять его заемными операциями.

Анализ кредитного портфеля банка проводится регулярно и лежит в основе его управления, которое имеет целью снижение совокупного кредитного риска за счет диверсификации кредитных вложений и выявления наиболее рискованных сегментов кредитного рынка. Основные этапы анализа:

определение основных групп ссуд с указанием связанных с ними процентов риска;

оценка каждой выданной ссуды исходя из выбранных критериев, то есть отнесение ее к соответствующей группе;

определение структуры кредитного портфеля в разрезе классифицированных ссуд;

оценка качества кредитного портфеля в целом;

анализ факторов, влияющих на изменение структуры кредитного портфеля в динамике;

определение суммы резервного фонда, адекватного совокупного риска кредитного портфеля банка;

разработка мероприятий по улучшению качества кредитного портфеля.

При формировании кредитного портфеля необходимо учитывать следующие риски: кредитный, ликвидности и процентный.

Факторы кредитного риска являются основными критериями его классификации. В зависимости от сферы действия факторов выделяются внутренние и внешние кредитные риски; от степени связи факторов с деятельностью банка - кредитный риск, зависящий или независимый от деятельности банка. Кредитные риски, зависящие от деятельности банка, с учетом ее масштабов делятся на фундаментальные (связанные с принятием решений менеджерами, занимающимися управлением активными и пассивными операциями) коммерческие (связанные с направлением деятельности ЦФО) индивидуальные и совокупные (риск кредитного портфеля, риск совокупности операций кредитного характера).

К фундаментальным кредитным рискам относятся риски, связанные со стандартами маржи залога, принятием решений о выдаче ссуд заемщикам, не соответствующим стандартам банка, а также является следствием процентного и валютного риска банка и т.д.

Коммерческие риски связаны с кредитной политикой в отношении малого бизнеса, крупных и средних клиентов - юридических и физических лиц, с отдельными направлениями кредитной деятельности банка.

Индивидуальные кредитные риски включают риск кредитного продукта, услуги, операции (сделки), а также риск заемщика или другого контрагента.

Для риска ликвидности факторная сторона заключена в возможности не выполнить обязательства перед вкладчиками и кредиторами за отсутствия необходимых источников или выполнить их с потерей для себя.

К внутренним факторам риска ликвидности принято относить: качество активов и пассивов, степень несбалансированности активов и пассивов по срокам, суммам и в разрезе отдельных валют, уровень банковского менеджмента, имидж банка.

Качество активов выражается в низкой ликвидности, которая не позволяет своевременно обеспечить приток денежных средств. Качество пассивов обуславливают возможность непредвиденного, досрочного оттока вкладов и депозитов, увеличивает объем требований к банку в каждый данный момент. Несбалансированность активов и пассивов по срокам, суммам и в

разрезах отдельных валют не во всех случаях представляет угрозу ликвидности. Если уровень этой несбалансированности не выходит за критические точки, и если имеет место разнохарактерная направленность отклонений в последующие периоды, риск ликвидности минимален.

Процентный риск относится к тем видам риска, которых банк не может избежать в своей деятельности. Более того, ответственность за измерение, анализ и управление им полностью лежит на менеджменте кредитной организации. Органы надзора ограничиваются, в основном, оценкой эффективности созданной в коммерческом банке системы управления рисками. Факторы процентного риска можно разделить на внутренние и внешние. В российской экономике в отличие от развитых стран уровень риска усиливают в основном внешние факторы.

Важнейшим показателем уровня организации кредитного процесса является качество кредитного портфеля. Рассмотрим содержание отдельных критериев оценки качества кредитного портфеля.

Степень кредитного риска. Кредитный риск, связанный с кредитным портфелем, - это риск потерь, возникающих в результате дефолта у кредитора или контрагента, носящий совокупный характер. Кредитный портфель, как уже отмечалось, имеет сегменты: ссуды, предоставленные юридическим, физическим, финансовым организациям; факторинговая задолженность; выданные гарантии, учтенные векселя и др.

Оценка степени риска кредитного портфеля имеет следующие особенности. Во-первых, совокупный риск зависит:

- от степени кредитного риска отдельных сегментов портфеля, методики оценки которого имеют как общие черты, так и особенности, связанные со спецификой сегмента;
- диверсификации структуры кредитного портфеля и отдельных его сегментов.

Во-вторых, для оценки степени кредитного риска должна применяться система показателей, учитывающая множество аспектов, которые следует принять во внимание.

Уровень доходности кредитного портфеля. Поскольку целью функционирования банка является получение максимальной прибыли при

допустимом уровне рисков, доходность кредитного портфеля является одним из критериев оценки его качества. Элементы кредитного портфеля можно разделить на две группы: приносящие и не приносящие доход активы. К последней группе относятся беспроцентные кредиты, займы с замороженными процентами и с длительной просрочкой по процентным платежам. В зарубежной практике при длительном просроченный долг по процентам практикуется отказ от их начисления, так как главным является возврат основного долга. В российской практике регламентируется обязательное начисление процентов. Уровень доходности кредитного портфеля определяется не только уровнем процентной ставки по предоставленным кредитам, но и своевременностью уплаты процентов и суммы основного долга.

Доходность кредитного портфеля имеет нижнюю и верхнюю границу. Нижняя граница определяется себестоимостью осуществления кредитных операций (расходы на персонал, ведение ссудных счетов и т.д.) плюс процент, подлежащий уплате за ресурсы, вложенные в этот портфель. Верхней границей является уровень достаточной маржи.

Уровень ликвидности кредитного портфеля. Поскольку уровень ликвидности банка определяется качеством его активов и, прежде всего, качеством кредитного портфеля, то очень важно, чтобы предоставляемые банком кредиты возвращались в установленные договорами сроки или банк имел бы возможность продать ссуды или их часть, благодаря их качеству и доходности. Чем выше доля кредитов, классифицированных в лучшие группы, тем выше ликвидность банка.

В пользу применения предложенных критериев оценки качества кредитного портфеля (степень кредитного риска, уровень доходности и ликвидности) можно привести следующие аргументы. Низкий риск элементов кредитного портфеля не означает его высокое качество: ссуды первой категории качества, предоставляемых первоклассным заемщикам под небольшие проценты, не могут приносить высокого дохода. Высокая ликвидность, присущая краткосрочным активам кредитного характера, также приносит невысокий процентный доход.

## Литература

1. Кроливецкая Л.П., Тихомирова Е.В. Банковское дело: Кредитная деятельность коммерческих банков - М.: КНОРУС, 2009. - 280 с.
2. Соколинская Н.Э. Мониторинг концентрации кредитных рисков // Банковское дело. 2012. №10.
3. Белоглазова Г.Н., Кроливецкая Л.П. Банковское дело. - Спб.: Питер, "Учебник для вузов", 2010. - 384с.
4. Лаврушин О.И., Банковские риски, М., КНОРУС, 2010г, - 231с.

## Finansowe stosunki

**Орынбет П.Ж.**

*Докторантка 2-курса по специальности «6D050600 – Экономика»,  
Университета Международного бизнеса  
Email: [perizat.orynbet@mail.ru](mailto:perizat.orynbet@mail.ru)*

### **АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ХИМИКО-ФАРМАЦЕВТИЧЕСКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАЗАХСТАНА**

**Аннотация.** В статье проведен анализ зарубежного и отечественного опыта функционирования химико-фармацевтической отрасли и предложены мероприятия, направленные на улучшение состояния фармацевтической области Казахстана как важной составляющей национальной экономики страны. Фармацевтическая промышленность Казахстана на сегодня представлена 47 субъектами хозяйственной деятельности, которые имеют лицензию на производство лекарственных средств в промышленных условиях и задействованы в проектах на сумму более 35 млрд. тенге. За январь-декабрь 2018 г. объем производства фармацевтической продукции составил 51246 млн. тенге, индекс физического объема – 106,4 % по отношению к соответствующему периоду прошлого года. С начала 2018 г. количество лицензиатов уменьшилось на 5 субъектов, что связано с имплементацией в Казахстане требований надлежащей производственной практики (good manufacturing practice – GMP) к производству лекарственных средств, принятых в Европейском Союзе. На сегодня не все отечественные производители смогли достичь уровня, установленного принятым в Европейском Союзе стандартам на производство лекарственных средств. По состоянию на 1 января 2018 г. в Казахстане сертифицировано на соответствие GMP 11 объектов 6 отечественных фармацевтических предприятий. Фармацевтическая отрасль Казахстана включает в себя производство лекарственных средств и изделий медицинского назначения, оптовую и розничную торговлю, специализированное хранение и распределение (дистрибуцию) посредством налаженной сбытовой сети (аптеки, аптечные пункты и тому подобное). Фармацевтическая отрасль занимает значительное место и в экономике Казахстана, поскольку является важным сегментом национального рынка, во многом определяет национальную и оборонную безопасность страны, отличается большой наукоемкой и развитой кооперацией. На протяжении пяти последних лет отрасль демонстрирует устойчивую тенденцию к росту в денежном

выражении на уровне немногим менее 20 % в год. Фармацевтический рынок Казахстана – это сложный, сильно фрагментированный структурный элемент системы здравоохранения. Динамика развития рынка, прибыльность работы предприятий отрасли в значительной степени зависит от большого количества факторов. Главной задачей участников фармацевтического бизнеса на современном этапе должна быть разработка эффективных и действенных стратегий повышения их конкурентоспособности с учетом положительного или отрицательного влияния каждого из факторов, а также общими тенденциями развития отечественной фармотрасли. На сегодняшний день наша страна имеет большие возможности для развития фармацевтической отрасли. Это развитый рынок лекарственных средств, большой научный потенциал, современная управленческая структура, а также опытные кадры и потенциал для фармацевтического образования. Однако ряд проблем в фармацевтической сфере остается острым и требует первоочередного решения. Это касается внедрения европейских стандартов производства, обновление технологий производства лекарственных средств и ввода в действие новых мощностей, внедрение государственного заказа на отечественные лекарства и системы поддержки отечественного производителя в целом, благоприятных условий инвестиционной деятельности, создания единого информационного пространства, совершенствование системы ценообразования на лекарственные средства и др. Все вышеизложенное обуславливает выбор тематики исследования.

**Ключевые слова:** фармацевтика, бизнес, отрасль, предпринимательство, промышленность, государственная поддержка, фармацевтический рынок.

**Аннотация.** Мақалада химия және фармацевтика өнеркәсібінің жұмыс істеудегі шетелдік және отандық тәжірибелері талданады және еліміздің ұлттық экономикасының маңызды құрамдас бөлігі ретінде Қазақстандағы фармацевтикалық саланың жағдайын жақсартуға бағытталған шаралар ұсынылады. Қазақстанның фармацевтикалық өнеркәсібі бүгінгі күні өнеркәсіптік шарттарда дәрілік заттар өндіруге лицензиясы бар және 35 млрд. теңгеден астам сомалық жобалармен айналысатын 47 кәсіпкерлік субъектімен танылады. 2018 жылдың қаңтар-желтоқсан айларында фармацевтикалық өндіріс көлемі 51246 млн. теңгені құрады, нақты көлем индексі - өткен жылдың сәйкес кезеңімен салыстырғанда 106,4%-ды құрады. 2018 жылдың басынан бастап, лицензиаттардың саны 5 субъектіге азайды, бұл Қазақстанда Еуропалық Одақта қабылданған дәрілік препараттарды өндіру үшін тиісті түрдегі өндірістік практиканың (good manufacturing practice – GMP) талаптарын жүзеге асырумен байланысты. Бүгінде отандық өндірушілердің барлығы Еуропалық Одақта қабылданған дәрілік препараттардың стандарттарына сәйкес деңгейге жете алмады.



2018 жылдың 1 қаңтарындағы жағдай бойынша GMP 6 отандық фармацевтикалық компаниялардың 11 объектісін сертификаттады. Қазақстанның фармацевтикалық өнеркәсібі дәрілік заттар мен медициналық бұйымдар өндірісін, көтерме және бөлшек сауданы, белгіленген тарату желісі (дәріханалар, фармацевтикалық заттар және т.б.) арқылы мамандандырылған сақтау және таратуды (дистрибуция) қамтиды. Фармацевтика өнеркәсібі де Қазақстан экономикасында маңызды орынға ие, себебі ол ұлттық нарықтың маңызды сегменті болып табылады, көп жағдайда еліміздің ұлттық және қорғаныс қауіпсіздігін анықтайды және жоғары технологиялық және дамыған ынтымақтастықпен ерекшеленеді. Соңғы бес жылда осы сала ақшалай түрде жылына 20%-дан сәл ғана төмен деңгейде тұрақты өсу үрдісін көрсетті. Қазақстандағы фармацевтикалық нарық денсаулық сақтау жүйесінің күрделі, жоғары бөлінген құрылымдық элементі болып табылады. Нарықтың динамикасы, саланың рентабельділігі көбінесе саны көп факторларға байланысты. Қазіргі кезеңдегі фармацевтикалық бизнестің қатысушыларының басты міндеті әр факторлардың жағымды немесе жағымсыз әсерін, сондай-ақ отандық фармацевтикалық өнеркәсіпті дамытудың жалпы үрдістерін ескере отырып, олардың бәсекеге қабілеттілігін арттырудың тиімді және әсерлі стратегияларын әзірлеу болып табылады. Бүгінде біздің еліміз фармацевтикалық саланы дамыту үшін үлкен әлеуетке ие. Бұл дамыған дәрілік өнімдер нарығы, ірі ғылыми әлеует, заманауи басқару құрылымы, сондай-ақ тәжірибелі қызметкерлер мен фармацевтикалық білім беру әлеуеті. Дегенмен, фармацевтика саласындағы бірқатар проблемалар өткір болып қалуда және шұғыл шешімдерді қажет етеді. Бұл еуропалық өндіріс стандарттарын енгізу, дәрілік заттарға арналған өндіріс технологияларын жаңарту және жаңа қуаттарды енгізу, отандық дәрі-дәрмектерге мемлекеттік тапсырысты енгізу және тұтастай алғанда отандық өндірушіні қолдау көрсету жүйесі, инвестициялық қызметтің қолайлы жағдайлары, бірыңғай ақпараттық кеңістікті құру және дәрілік заттарға баға белгілеу жүйесін жетілдіруге және т.б. қатысты. Мұның бәрі зерттеу тақырыбын таңдауды анықтайды.

**Түйінді сөздер:** фармацевтика, бизнес, сала, кәсіпкерлік, өнеркәсіп, мемлекеттік қолдау, фармацевтикалық нарық.

**Abstract.** In article the analysis of foreign and domestic experience of functioning of the chemical and pharmaceutical industry is carried out and the actions directed to improvement of a condition of the pharmaceutical area of Kazakhstan as an important component of national economy of the country are offered. Pharmaceutical industry of Kazakhstan is provided for today by 47 subjects of economic activity who have the license for production of medicines in industrial conditions and are involved in projects for the sum more than 35 billion tenges. For January-December, 2018 the output of pharmaceutical

products was 51246 million tenges, the index of physical volume – 106.4% in relation to the corresponding period of last year. Since the beginning of 2018 the number of licensees decreased by 5 subjects that is connected with implementation in Kazakhstan of requirements of good manufacturing practice (good manufacturing practice – GMP) to production of the medicines accepted in the European Union. For today not all domestic manufacturers could reach the level established to the standards adopted in the European Union on production of medicines. As of January 1, 2018 in Kazakhstan it is certified on compliance of GMP of 11 objects of 6 domestic pharmaceutical enterprises. The pharmaceutical industry of Kazakhstan includes production of medicines and products of medical prescription, wholesale and retail trade, specialized storage and distribution (distribution) by means of the adjusted sales network (drugstore, pharmaceutical points and so forth). The pharmaceutical industry takes an important place and in economy of Kazakhstan as it is an important segment of the national market, in many respects defines national and defensive security of the country, differs in the big knowledge-intensive and developed cooperation. For five last years the industry shows a steady tendency to growth in terms of money at the level of the few less than 20% a year. The pharmaceutical market of Kazakhstan is a difficult, strongly fragmented structural element of a health care system. Dynamics of development of the market, profitability of work of the enterprises of the industry substantially depends on a large number of factors. Development of effective and effective strategy of increase in their competitiveness taking into account positive or negative influence of each of factors and also the general trends of development of a domestic pharmotrasla has to be the main task of participants of pharmaceutical business at the present stage. Today our country has great opportunities for development of the pharmaceutical industry. It is the developed market of medicines, high scientific potential, modern administrative structure and also a skilled personnel and potential for pharmaceutical education. However a number of problems in the pharmaceutical sphere remains acute and requires the primary solution. It concerns introductions of the European standards of production, updating of production technologies of medicines and commissioning of new capacities, introduction of the state order for domestic drugs and the systems of support of domestic manufacturer in general, favorable conditions for investment activities, creation of a common information space, improvement of a system of pricing on medicines, etc. All above causes the choice of scope of a research.

**Keywords:** pharmaceuticals, business, industry, business, industry, state support, pharmaceutical market.

**Введение.**

Фармацевтический рынок (ФР) является одним из видов экономического рынка и представляет собой совокупность заинтересованных в производстве, продаже и потреблении фармацевтической продукции лиц: компании-производители, дистрибьюторы, персонал аптек, врачи и руководство поликлиник и стационаров и, непосредственно, сами пациенты [1]. Данное деление участников ФР способствует дифференциации их потребностей в отношении предлагаемых товаров.

В структуре ФР Казахстана можно выделить два сектора, в каждом из которых будут действовать свои законы: государственный (бюджетнозависимый) и негосударственный (рыночный). В настоящее время такие проблемы, как несовершенство законодательства, отсутствие необходимых льготных лекарственных средств (ЛС), задержки с возмещением денежных средств из бюджета, низкий экономический эффект от занятия данным видом деятельности не способствуют решению проблемы оптимизации лекарственной помощи и повышения доступности ЛС. В целом можно констатировать, что оба сектора ФР обеспечивают физическую (предложение потребителям качественных, эффективных и безопасных ЛП) и экономическую доступность ЛС (система государственного финансирования путем компенсаций больным, система формирования спроса на лекарственные средства, снижение цен) [2, 3]. При этом степень доступности будет зависеть и от механизмов государственного регулирования.

#### **Цель исследования.**

Целью настоящего исследования является сравнительный анализ актуальных проблемы химико-фармацевтической промышленности Казахстана.

#### **Задачи исследования.**

Для достижения поставленной в исследовании цели следует изучить и теоретически обобщить данные различной направленности об основных экономических показателях химико-фармацевтической отрасли Казахстана, об их роли в развитии рыночной экономики страны, а также провести сравнительный анализ проблематики, существующей в настоящее время в химико-фармацевтической промышленности Казахстана.

#### **Объект исследования.**

Объектами исследования являются экономические процессы, протекающие в химико-фармацевтической отрасли Казахстана.

#### **Методы исследования.**

В работе использованы: общенаучный диалектический метод научного познания действительности, а также специальные методы: историко-правовой, сравнительный, статистический, системно-структурный методы, обобщение и другие.

Все они были применены во взаимосвязи, что способствовало достижению всесторонности, полноты и объективности научного поиска, конкретности, обоснованности и согласованности сформулированных в статье выводов.

### Обзор литературы.

В области фармации проблемам изучения конкуренции, оценки конкурентоспособности, выявления конкурентных преимуществ и разработки конкурентных стратегий входят в сферу научных интересов многих исследователей, в том числе, Дрёмовой Н.Б. [4], Кобзаря Л.В. [5], Лидер М.Б. [2], Лоскутовой Е.Е. [6], Максимкиной Е.А. [7], Мошковой Л.В. [8], Музыры Ю.А. [9], Олейниковой Т.А. [10], Сбоевой С.Г. [11] и др. Этими учеными предложены методические решения по изучению фармацевтического рынка, определению факторов и оценке лекарственных средств и фармацевтических организаций. Вместе с тем современная рыночная ситуация обуславливает необходимость в оценке результатов деятельности фармакологических учреждений и организаций с учетом совокупного влияния экономических и социальных факторов и, следовательно, в разработке новых стратегий оптимизации деятельности химико-фармакологической отрасли в неустойчивой внешней среде.

### Результаты и обсуждение.

Фармацевтический сектор Республики Казахстан дает менее 1 % реального ВВП, но имеет очень важное социальное значение (рис. 1, 2).



Рисунок 1 – Динамика фармацевтического производства КР

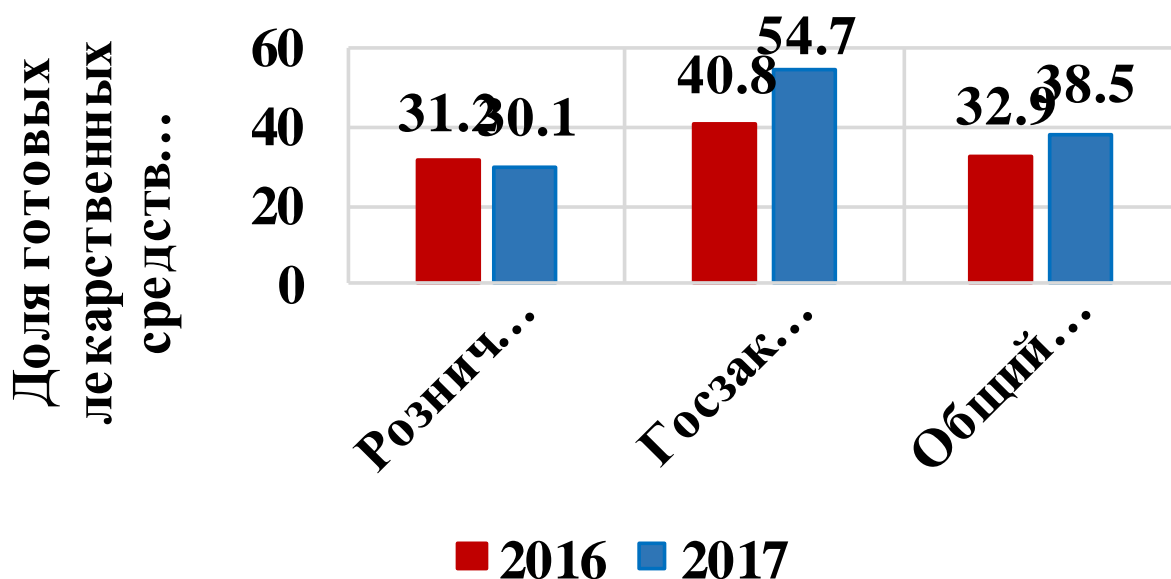


Рисунок 1 – Доля готовых лекарственных средств отечественного производства на фармацевтическом рынке РК в натуральном выражении

Состояние фармацевтической отрасли Казахстана требует внедрения в практику управления более действенных механизмов и инструментов, применяемых государством. Сегодня уже накоплен некоторый опыт управления химико-фармацевтической отраслью, но этого явно недостаточно. Поэтому вопросы исследования зарубежного опыта в данном контексте являются востребованными, насущными и актуальными. Анализ ряда литературных источников, в которых рассматривается зарубежный опыт [12÷15] доказал, что изучение опыта управления химико-фармацевтической отраслью в других странах является необходимым средством «нивелирования» ошибок, которые уже были допущены в свое время развитыми (и не очень) странами мира.

Приобретение опыта государственного управления любой отраслью национальной экономики [16] является весьма конструктивным для Казахстана. Поэтому рассмотрим более подробно наиболее показательные страны, в которых тенденции развития химико-фармацевтической отрасли имеют свои положительные особенности,

Так, указ о внедрении системы медицинского страхования в Албании стал одним из наиболее важных решений за все время существования государства, поскольку он узаконил возмещение за счет средств фондов медицинского страхования стоимости 278 лекарственных препаратов, включенных в перечень основных и жизненно важных ЛС, которые преимущественно назначаются населению с низкими доходами. Более того, значительное внимание государство уделяет проблеме

рационального использования лекарственных средств. С этой целью в 1999 году в стране издан, а в 2017 году переиздан «терапевтический формулярный справочник», в котором есть полная информация обо всех лекарственных средствах, зарегистрированных в Албании. С 2002 года в стране началась компьютеризация больничных и коммунальных аптек, внедрение стандарта «хорошей аптечной практики» (GPP) и ряда проектов, разработанных Европейским фармацевтическим форумом. Проблемы, связанные с фармацевцией, регулируются Законом о лекарствах, утвержденным в 1994 году парламентом Республики Албания.

Однако, из опыта Албанской фармацевтической ассоциации следует, что политические, экономические и социальные изменения, которые происходят в стране, оказывают зачастую негативное влияние на развитие фармацевтического сектора Албании – Министерством здравоохранения страны принято решение о приватизации всех коммунальных аптек, что, как и во многих странах Центральной и Восточной Европы, породило ряд нерешаемых в принципе проблем, основной из которых является низкая заработная плата в государственном секторе, обусловившая миграцию квалифицированных специалистов в частный сектор.

Фармацевтическая деятельность в Венгрии регулируется тремя основными законами. «Законом о фармации» закреплены права фармацевта, установлено количество жителей, которые обслуживаются в одной аптеке (1:5000). Кроме того, этим законом регламентируется минимальное расстояние между аптеками (250÷300 м). Следующий закон – это «Закон о венгерской палате фармацевтов», который регулирует все вопросы, связанные с правами и деятельностью этой палаты. Третий закон – это «Закон о медицине», подготовленный на основе 13 Директивы Европейского Союза и посвященный вопросам, связанным с научными исследованиями в области разработки и производства лекарственных средств, проблемам регистрации, маркетинга и распределения лекарственных средств. Кроме того, этим законом определяются права пациента.

Приватизация аптек и других аптечных организаций внесла значительные изменения в венгерскую систему лекарственного обеспечения. Всего в стране было приватизировано 1463 государственных аптек и 20 фармацевтических центров. Более того, кроме 2003 существующих ранее аптек открыто 540 новых, а также функционирует более 400 больничных аптек. В стране насчитывается 6800 фармацевтов, из них 4990 работают в аптеках, в том числе – больничных. Ежегодно квалификацию фармацевта получают 250 молодых специалистов. В расчете на душу населения в среднем на 1 фармацевта приходится 1470 граждан. Ассортимент лекарственных средств, вырабатываемый в стране, резко увеличился и равен 8087

наименованиям. В то же время в стране количество торговых агентств и оптовых фармацевтических предприятий уменьшилась почти в два раза – с 115 до 61.

Появление на фармацевтическом рынке страны новых лекарственных средств и увеличение доли больничных аптек обеспечили спрос на фармацевтов с высшим образованием. Важным достоянием страны в области фармации является то, что в Венгрии работают четыре профессиональные организации: Венгерская палата фармацевтов, Национальная организация частных фармацевтов, Ассоциация венгерских владельцев аптек, Ассоциация венгерских фирм по оптовой реализации лекарственных средств.

Интересным для Казахстана может быть опыт Германии, где при населении страны около 80 млн. человек, зарегистрировано 45000 фармацевтов, из которых 80 % работают в частных аптеках, примерно 7 % фармацевтов работают в больницах, фармацевтической промышленности и университетах. В стране насчитывается около 22000 частных аптек. Аптеки отпускают около 75 % лекарственных средств по рецептам и, соответственно 25 % – без рецептов.

В соответствии с «Федеральным законом об объединениях (синдикатах) фармацевтов» каждый фармацевт (и тот что работает, и тот, что не работает) должен являться членом регионального объединения. В соответствии с этим законом, объединение поддерживает и защищает интересы фармацевта, несет ответственность за то, как он выполняет возложенные на него обязанности, а также за его последипломное образование. Кроме того, каждый член объединения ежегодно платит членские взносы. При этом региональные кластеры входят в состав Федерального объединения фармацевтов, которое является надежным партнером Министерства здравоохранения. Федеральное объединение представляет интересы своих членов при разработке законодательных актов, касающихся фармацевтов. Объединения могут присваивать фармацевтам следующие квалификационные звания: фармацевт-специалист по информации о лекарственных средствах; фармацевт-специалист по развитию, разработке и контролю качества лекарственных средств; фармацевт-специалист по теоретической фармации; фармацевт-эколог. Эти звания присваиваются по факту получения специального образования.

Специалистов с высшим образованием готовят в университете в течение четырех лет. Сдача государственных экзаменов проводится два раза – после второго и после четвертого года обучения. В течение одного года выпускник проходит практику по такому графику: полгода он работает в обычной аптеке, а вторую половину практики – в больничной аптеке или на фармацевтическом предприятии, или в университете. Практика заканчивается сдачей экзаменов. Затем необходимо еще год

отработать в аптеке, чтобы получить звание фармацевта и право работать в частной аптеке.

В Латвии, где проживает 2,5 млн. человек, зарегистрировано 4500 наименований лекарственных средств, а на 3000 препаратов в настоящее время ожидается выдача разрешения. Все вопросы, связанные с оборотом лекарственных средств, регулируются «Законом о фармацевтической деятельности». Министерство благосостояния, в структуры которого входит Департамент фармации, разрабатывает государственную политику в области лекарственных средств и соответствующие законодательные акты.

В фармацевтическом секторе Латвии функционируют следующие организации: Государственное агентство по лекарственным средствам (отвечает за регистрацию и качество фармацевтической продукции); Государственная фармацевтическая инспекция (контроль за фармацевтической деятельностью в коммунальных аптеках, на оптовых предприятиях, в промышленности, больницах и других учреждениях здравоохранения); Государственное агентство по ценам на лекарственные средства (курирует вопросы, связанные с льготным отпускem лекарственных средств, ценам на них).

На сегодня в стране насчитывается 650 коммунальных аптек и около 300 аптечных филиалов; 70 оптовых организаций, реализующих лекарственные средства; 15 предприятий-производителей лекарственных средств (из них 5 – зарубежных). Общество фармацевтов Латвии – это единственная профессиональная организация фармацевтов и старейшее профессиональное объединение в стране. Основными задачами общества являются объединение фармацевтов страны и защита их профессиональных интересов.

В Литве с населением 3,7 млн. человек зарегистрировано около 2200 фармацевтов и около 180 фармацевтов-техников. Число фармацевтов в розничной аптечной сети составляет около 1000, больничных аптек – 38, зарегистрированных лекарственных средств – около 6600, оптовых предприятий – около 1000. Все вопросы относительно лекарственных средств регулируются такими законодательными актами Республики Литвы: Законом о фармацевтической деятельности, Законом о системе здравоохранения, Законом о лекарствах. В соответствии с этими законами населению Литвы гарантируется обеспечение необходимыми лекарственными средствами.

В Литве аптекой могут управлять только фармацевты с соответствующим образовательным уровнем, а в штате оптовых компаний фармацевты должны составлять не менее 51 %. Относительно цен на фармацевтическую продукцию, то они фиксируются в обязательном порядке Министерством здравоохранения страны и



должны быть одинаковыми по всей территории Литвы. Цены устанавливаются с учетом данных о стоимости, подтвержденных производителем или импортером. Розничная цена на лекарственные средства учитывает затраты на такие операции, как маркировка и розничная торговля. В стране существует система отпуска лекарственных средств по льготным рецептам в соответствии с утвержденным перечнем болезней. Пациенту в зависимости от его принадлежности к той или иной социальной группе возмещается 100 %, 80 % или 50 % стоимости лекарственных средств.

В Молдове Закон о фармацевтической деятельности был принят в 1993 году, а в 1997 году были утверждены дополнения к нему, которые стали следствием реформирования системы лекарственного обеспечения с учетом новых экономических условий, в которых оказалась страна. Реформами предусматривалось формирование фармацевтического рынка, приватизация аптек, введение контрольно-разрешительной системы на всем пути движения лекарственных средств. В ходе реформы изменены структура управления и система координации деятельности всех фармацевтических учреждений и организаций, введены новые цены на лекарства, создана ассоциация фармацевтов.

При содействии экспертов ВОЗ разработаны государственная политика в сфере ЛС и программа фармацевтической деятельности, определены пути улучшения производства и использования ЛС, а также выработана основная стратегия улучшения обеспечения населения страны лекарствами. В республике реорганизована система высшего фармацевтического образования, введено последипломное обучение по таким дисциплинам, как технология лекарственных средств, клиническая фармация, контроль качества лекарственных средств, фармацевтическое управление.

Анализ состояния государственного управления фармацевтической отрасли Польши показал, что на сегодня в стране появилось много новых предприятий-производителей медицинской продукции. Оптовая торговля лекарственными средствами находится в состоянии приватизации. Ассортимент медицинских товаров достиг 16 тыс. наименований, из которых в аптеках реализуется 4 тыс. наименований лекарственных средств и изделий медицинского назначения. Цены на лекарственные средства регулируются Министерством здравоохранения Польши исходя из стоимости производителя и затрат оптовой и розничной торговли.

В Польше, как и в ряде других стран, владельцем аптеки может быть и не фармацевт, но управлять аптекой должен квалифицированный специалист. При этом деятельность аптек регулируется двумя законодательными актами: Законом о фармацевтических и лекарственных изделиях, аптеках, оптовых компаниях и

фармацевтическом надзоре, а, также, Законом о фармацевтической палате. В стране работает 17 промышленных компаний, входящих в объединение POLFA, тремя из них владеют иностранные компании. На фармацевтическом рынке страны представлено значительное количество зарубежных фармацевтических компаний, активно продвигающих свою продукцию на рынке Польши. В первую очередь это новые дорогие оригинальные лекарственные средства, в то время как польская промышленность предлагает альтернативные препараты умеренной ценовой категории.

В последние годы наблюдается глобализация оптовой торговли. Так, если в 2003 году было почти 1200 оптовых предприятий фармации, то сейчас только пять оптовых компаний контролируют 50 % польского фармацевтического рынка. На сегодня их товарооборот составляет около 7,5 млрд. злотых, или около 1,8 млрд. дол. США. Общий товарооборот аптек в Польше составляет почти 10 млрд. злотых или 2,5 млрд. дол. США. Промышленность, оптовые фирмы и частные аптеки находятся под контролем региональных фармацевтических инспекторов. Фармацевты обязаны регулярно повышать свою квалификацию в системе последиplomного образования. В стране образуются региональные палаты фармацевтов, которые подчиняются Генеральному совету фармацевтов. Эти палаты являются самоуправляемыми организациями, на них возложена аттестация фармацевтов, которая предоставляет право работать в аптеке. Польское фармацевтическое общество принимает участие в подготовке всех законодательных актов, касающихся вопросов фармации. Общество координирует деятельность других фармацевтических организаций, а также представляет фармацевтическое сообщество страны на международных форумах.

Интересен также опыт Великобритании, правительство которой стремится создавать коммунальные аптеки, которые играют важную роль в поддержке здоровья населения страны, в обеспечении его медикаментами и в оказании квалифицированной медицинской помощи. В стране насчитывается около 12 тыс. коммунальных аптек, где продаются как рецептурные, так и безрецептурные препараты, а также медикаменты, которые входят в список национальной службы здравоохранения. Продажа препаратов из этого списка и других лекарственных средств контролируется на государственном уровне. Главной задачей коммунальных аптек является поддержание здоровья населения страны. В 2017 году в стране было потрачено около 1600 тыс. евро на развитие основных проектов для коммунальных аптек. Основными проектами стали: создание комнат клинического обслуживания в сельских аптеках, что позволит фармацевтам оказывать помощь пациентам с хроническими заболеваниями и

проверять правильность выписанных ими рецептов; проведение в аптеках консультаций и оказания других видов помощи населению (социальное обслуживание, предоставление убежища и т.п.); адаптация помещений для проведения медицинских лекций, оказания помощи людям пожилого возраста; создание предпосылок для снижения частоты неправильного применения лекарств, проведение никотиновой заместительной терапии, осуществление скрининга и менеджмента хронических заболеваний и прочее.

Аптеки Великобритании обеспечивают доставку медикаментов на дом и другие услуги, что является очень привлекательным для покупателей. Около половины населения Великобритании освобождено от уплаты за медикаменты, среди них – дети до 16 лет, студенты, беременные женщины, а также пенсионеры в возрасте старше 60 лет.

По данным Office of Health Economics, Великобритания является второй после Нидерландов страной в Европе с самым низким соотношением фармацевт – клиент. Так, на 10 тыс. человек здесь приходится всего четыре практикующих фармацевта. Всего в фармацевтической промышленности страны занято около 75 тыс. работников, из них – 25 % имеют высшее образование, 11 % составляют иностранные фармацевты. Почти 65 % фармацевтов работают в коммунальном секторе и около 7 тыс. независимых фармацевтов заняты в частном бизнесе.

Но существуют и определенные недостатки, среди которых наиболее существенными являются следующие: отсутствие в некоторых аптеках дополнительного штата сотрудников для выдачи медикаментов; высокая интенсивность и напряжение труда; вероятность увеличения продолжительности рабочего времени; отсутствие в некоторых аптеках обеденного перерыва; работа в изоляции.

Проведенный анализ организации фармацевтической деятельности некоторых стран Центральной и Восточной Европы направлен на предотвращение возможных ошибок при управлении химико-фармацевтическими предприятиями в Казахстане. Структура казахского рынка значительно отличается от рынков развитых стран в сторону преобладания «брендированных» дженериков, в основном иностранного производства. Результатом является переплата конечным потребителем (в том числе и государством) за торговые названия препаратов, подчас морально устаревших, что значительно тормозит рост доступности ЛС для населения. В силу недостаточной развитости системы здравоохранения основным покупателем лекарственных препаратов зачастую выступает сам пациент, осуществляющий непрофессиональный выбор, преимущественно под влиянием рекламы. Сложившаяся система продвижения

стимулирует фармпроизводителей вкладывать больше средств в маркетинг и продажи, а не в разработку новых эффективных препаратов, что существенно замедляет развитие отрасли по инновационному сценарию.

Кроме того, на большинстве предприятий химико-фармацевтической отрасли Казахстана отсутствует сертификат соответствия GMP, что является основным барьером на пути к экспорту [17].

**Выводы.** Несмотря на то, что химико-фармацевтическая отрасль Казахстана обладает хорошими предпосылками для эффективной деятельности, ряд имеющихся общих проблем тормозит ее развитие. Внедрение некоторых зарубежных принципов управления отраслью фармации может простимулировать динамику роста ее технико-экономических показателей. Так, модернизация базы данных заказов и отпусков рецептурных препаратов пациентам (электронная передача рецепта от врача до аптеки является очень удобным и для аптеки, которая получит достаточно времени для приготовления лекарств, так и для пациентов) или внедрение дополнительных услуг для населения (измерение давления, проведение тестов, доставка лекарств на дом, создание кабинета для консультаций по диетическому и/или спортивному питанию и т.д.) были бы очень полезными инновациями отечественной фармации [16].

Но для того, чтобы в Казахстане фармацевтическая отрасль была на таком же высоком уровне развития, государственным органам управления необходимо приложить определенные усилия, направленные на совершенствование работы коммунальных аптек, труда провизоров и фармацевтов, на регулирование процесса выдачи рецептурных препаратов и т.п. В стране необходимо провести полную модернизацию информационно-коммуникационного обеспечения больничных и других аптек; увеличить виды дополнительных фармацевтических услуг; реорганизовать систему высшего фармацевтического образования; ввести последипломное образование по следующим дисциплинам – технология лекарственных средств, клиническая фармация, контроль качества лекарственных средств, фармацевтическое управление; внедрить стандарт хорошей аптечной практики (GPP) и ряд других проектов, разработанных Европейским фармацевтическим форумом.

## Литература

1. Соколов, Б. И. Фармацевтический рынок: структурные особенности в России / Б. И. Соколов, А. А. Лин, А. С. Орлов // Проблемы современной экономики. – 2012. – №4 (44). – С.336÷341.
2. Лидер М. Б. Исследование территориальных особенностей доступности фармацевтической помощи населению (на примере территорий Сибирского федерального округа): автореф. дис. ... канд. фарм. наук: 01 / М.Б. Лидер. – Томск, 2015. – 23 с.
3. Мнушко З. Н. Проблема доступности лекарственных средств / З.Н. Мнушко, И. В. Тиманюк // Провизор. – 2006. – №11. – С.41÷43.
4. Дремова Н. Б. Медицинское и фармацевтическое товароведение. Учебное пособие. – Курск: КГМУ, 2005. – 520 с.
5. Кобзарь Л. В. Ассортимент и ассортиментная политика аптечного учреждения. // Новая аптека. – 2008. – № 3.
6. Лоскутова Е. Е. (ред.) Управление и экономика фармации. В 4-х томах. – М.: Академия, 2008. – 432 с.
7. Максимкина Е. А. Управление товаром аптечной организации. // Фармацевтическое обозрение. – 2002, – № 2.
8. Мошкова Л. В. Российские исследования по управлению и экономике фармации (1991÷2009 гг.): метод. пособие / Л.В. Мошкова, Э.А. Коржавых, Е.В. Третьякова. – М.: Б. И., 2010. – 179 с.
9. Музыра Ю. А. Оценка показателей экономической эффективности аптечных предприятий / Ю. А. Музыра, Т. А. Канакина // Фармация. – 2008. – № 6. – С.34÷37.
10. Олейникова Т.А. Медицинское и фармацевтическое товароведение. – Курск: КГМУ, 2015. – 131 с.
11. Проблемы гармонизации аптечной практики в международную систему фармацевтической помощи [Текст]: научное издание / С. Г. Сбоева // Вестн. Рос. ун-та дружбы народов. Сер. Мед. – 2007. – № 6. – С. 209÷215.
12. Внедрение новых технологий в медицинских организациях. Зарубежный опыт и российская практика. Коллектив авторов, ответственный редактор: С. В. Шишкин. – М.: Высшая Школа Экономики (ВШЭ), 2013. – 472 с.
13. Балашов А. И. Формирование механизма устойчивого развития фармацевтической отрасли: теория и методология. Монография. – СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов, 2012. – 160 с.
14. Бидарова Ф. Н. (ред.) Современная фармация: проблемы и перспективы развития. Материалы V Межрегиональной научно-практической конференции с международным участием (29÷30 мая 2015 г.). – Владикавказ: 2015. – 465 с.
15. Тарасов В.В., Замятнин А.А., Сологова С.С. Фармацевтическое информирование. – М.: Изд-во Первого МГМУ имени И.М. Сеченова, 2016. – 242 с.
16. Казбеков Б. К., Казбекова Ж.Б. Проблемы и пути развития фармацевтической промышленности Казахстана. – GISAP. Medical science, pharmacology. London International Academy of Science and Higher Education (IASHE). 2013. – С. 74÷78.
17. Аканов А. А., Камалиев М. А. Система здравоохранения Республики Казахстан: современное состояние, проблемы, перспективы. Казахский национальный медицинский университет им. С.Д. Асфендиярова, г. Алматы, Республика Казахстан. В книге: Реформы финансирования здравоохранения: Опыт стран с переходной экономикой / Под ред. Kutzin J., Cashin C., Jakab M. – Европейское региональное бюро ВОЗ /Европейская Обсерватория по системам и политике здравоохранения, 2011. – 442 с.

## Kierowanie pracującymi zasobami

**Саденова А.Ж. магистрант МОПиЭ-22**

*Павлодарский государственный педагогический университет  
Казахстан, г.Павлодар*

**Жамулдинов В.Н. кандидат юридических наук, доцент**

*Павлодарский государственный педагогический университет  
Казахстан, г.Павлодар*

### **РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОЦИАЛЬНОЙ СТАБИЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВА**

**Аннотация:** в данной статье рассматривается роль предпринимательства в экономике Республике Казахстан. Раскрыто значение предпринимательства как одного из приоритетных направлений социально-экономического развития государства. Отметим, что предпринимательство является тем сектором экономики, который оказывает существенное влияние на общее состояние экономики, в том числе на инфляционные процессы, насыщение рынка товарами, услугами. Значителен вклад малого бизнеса по наполнению доходных статей бюджета и созданию новых рабочих мест. Предпринимательство в подавляющей степени способствовало формированию конкурентной среды, а также установлению рыночного равновесия. Затронуты проблемы предпринимателей, с которыми они сталкиваются. Сделан сравнительный анализ зарубежных государств и Казахстана. Сформулированы и предложены изменения и анализы для дальнейшей активизации предпринимательства в Казахстане.

**Ключевые слова:** предпринимательство, бизнес, государство, менеджмент.

**Annotation:** This article discusses the role of entrepreneurship in the economy of the Republic of Kazakhstan. The importance of entrepreneurship as one of the priority areas of the socio-economic development of the state is disclosed. It should be noted that entrepreneurship is the sector of the economy that has a significant impact on the general condition of the economy, including inflationary processes, and the saturation of the market with goods and services. A significant contribution is made by small businesses in filling budget revenue items and creating new jobs. Entrepreneurship has overwhelmingly contributed to the formation of a competitive environment, as well as the establishment of market equilibrium. The problems of entrepreneurs they face are addressed. A

comparative analysis of foreign countries and Kazakhstan is made. Changes and analyzes are formulated and proposed to further enhance entrepreneurship in Kazakhstan.

**Key words:** entrepreneurship, business, government, management.

В данной статье авторами сделана попытка рассмотреть проблемы основ развития и роль предпринимательства на территории Казахстан. Предпринимательством является самостоятельная, инициативная деятельность граждан, оралманов и юридических лиц, направленная на получение чистого дохода путем использования имущества, производства, продажи товаров, выполнения работ, оказания услуг, основанная на праве частной собственности (частное предпринимательство) либо на праве хозяйственного ведения или оперативного управления государственного предприятия (государственное предпринимательство). Предпринимательская деятельность осуществляется от имени, за риск и под имущественную ответственность предпринимателя.

Как известно, «предпринимательская деятельность осуществляется от имени, за риск и под имущественную ответственность предпринимателя.

Предпринимательство может быть основано на:

частной собственности (частное предпринимательство);

праве хозяйственного ведения или оперативного управления государственного предприятия (государственное предпринимательство);

сотрудничестве государства с частным бизнесом (государственно-частное партнерство) и т.д.

В соответствии с законодательством Республики Казахстан, предпринимательской деятельностью в Республике Казахстан вправе заниматься следующие лица:

граждане Республики Казахстан;

граждане Российской Федерации, Республики Беларусь, Кыргызской Республики, постоянно проживающие на территории Республики Казахстан;

оралманы;

юридические лица (АО, ТОО, ТДО, и т.д.), зарегистрированные как на территории Республики Казахстан, так и на территории других государств.

Следует отметить, что выше перечисленные лица вправе заниматься предпринимательской деятельностью в разных формах предпринимательства.

Однако, следует помнить, что граждане Республики Казахстан, Российской Федерации, Республики Беларусь, Кыргызской Республики, оралманы вправе

осуществлять предпринимательскую деятельность как в форме индивидуального предпринимательства, так и в форме юридического лица. Для того чтобы граждане Российской Федерации, Республики Беларусь, Кыргызской Республики могли осуществлять деятельность в форме индивидуального предпринимательства, они должны постоянно проживать на территории Республики Казахстан, т.е. иметь вид на жительство.

Граждане других государств вправе заниматься предпринимательской деятельностью в Республике Казахстан в форме юридического лица, зарегистрированного как на территории Республики Казахстан (резидент Республики Казахстан), так и на территории другого государства (нерезидент Республики Казахстан).

При этом следует помнить, что граждане могут осуществлять предпринимательскую деятельность с 18 лет и должны обладать правоспособностью, т.е. не быть ограниченно дееспособными или недееспособными по решению суда.

Следует также принимать во внимание особенности предпринимательской деятельности резидентов и нерезидентов Республики Казахстан. Резиденты и нерезиденты Республики Казахстан, осуществляющие предпринимательскую деятельность в Республике Казахстан, по общему правилу, должны регистрироваться в качестве постоянного учреждения. В таких случаях нерезидентам присваивается БИН. В случаях, предусмотренных законодательством Республики Казахстан, нерезиденты Республики Казахстан могут не регистрироваться в налоговых органах Республики Казахстан в качестве постоянных учреждений». [1]

Итак какова роль предпринимательства в социальной стабильности общества? Это новые рабочие места, повышение занятости населения, больше налоговых отчислений, а значит обеспечение социальной стабильности и отсутствие или снижение бедности, открытие новых экономических возможностей для населения (возможность открыть собственный бизнес), а если больше организаций - больше ВВП. Теперь когда мы имеем социальную и экономическую стабильность, плотность среднего класса растет. В связи с этим развивается урбанизация и инфоструктура.

Заметим, что «ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО (предпринимательская деятельность) – это инициативная, самостоятельная деятельность граждан без образования юридического лица, направленная на получение прибыли или личного



дохода, осуществляемая от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность или от имени чьего-то и под чью-то имущественную ответственность». Отметим, что предприниматель может осуществлять любые виды хозяйственной деятельности, если они не запрещены законом, с момента государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя.

Таким образом «проблемы экономической стабилизации»[3], возрождения Казахстанской промышленности, улучшение уровня благосостояния населения затрагиваются в специальной литературе начиная с 93-х годов, то есть с началом обретения суверенитета.

Итак, мы наблюдаем почти главную роль предпринимательства в экономике страны, ведь это является основой для экономической стабильности и благополучия государства.

Предпринимательская деятельность может быть ограничена исключительно законами Республики Казахстан.

Запрещается принятие государственными органами нормативных правовых актов, устанавливающих привилегированное положение отдельно взятых субъектов предпринимательства. [1]

Таким образом, предпринимательство это основная и движущая сила экономического развития общества. Если у предпринимателей есть не только замечательные идеи, но и будет появляться стремление их реализовать. Их инновационный (неординарный) подход и трудолюбие будет способствовать положительным изменениям в экономической и социальной сферах: появлению новых продуктов на рынке, созданию дополнительных рабочих мест, и как следствие, повышение уровня благосостояния людей, а значит наше общество будет стабильным.

Литература:

1. Кодекс Республики Казахстан от 29.10.2015 N 375-V ЗРК "Предпринимательский кодекс Республики Казахстан". Кодекс Республики Казахстан от 29.10.2015 N 375-V ЗРК "Предпринимательский кодекс Республики Казахстан".
2. <https://open-almaty.kz/ru/otkrytievedenie-biznesa/nemnogo-o-predprinimatelstve>
3. <http://www.dslib.net/econom-teoria/rol-predprinimatelstva-v-stabilizacii-jekonomiki.html>

## Marketing i management

**Smagulova Zh.B., Abdugafarova M.**

*Korkyt Ata Kyzylorda State University, Kazakhstan*

### **VISUAL MERCHANDISING FOR SHOES**

Over the last few years, footwear has become an increasingly important category in retail where clothing has always reigned. Yes, shoes have always had their own industry and purpose, however they are now being integrated more than ever before into apparel brands and stores. Because of this, retailers now how to consider how to merchandise their footwear among their apparel to help drive sales [1].

Whether your retail store specializes in footwear or simply sells shoes as part of its overall product selection, you'll want to display them in the most appealing manner possible. When shoes are properly presented, shoppers will be more likely to buy them. Unfortunately, many store owners overlook the importance of visual merchandising, tossing their shoes on a large shelves that offer little-to-no aesthetic appeal.

**Lighting.** When presenting shoes in a retail store, it's important to illuminate them with adequate lighting. If there's little-to-no lighting, shoppers won't be able to see all of the subtle details; thus, you'll have a harder time convincing them to purchase the shoes. A simple solution to this problem is to use track lighting to illuminate specific areas of a shoe presentation.

**Acrylic Shoe Risers.** As the name suggests, acrylic shoe risers are multi-tiered platforms made of transparent acrylic material that's used to present shoes. Shoes are placed on top of the platforms, allowing shoppers to see them more easily. It's a relatively simple and inexpensive way to display shoes, but it can make a world of difference in terms of sales and shopper interaction. Acrylic shoe risers capture shoppers' attention, encouraging them to pick up and try on the shoes. In turn, shoppers are more likely to buy the presented shoe.

**Shoe Shelves for Slatwall.** Slatwall is among the most versatile types of fixtures for a retail store. It can be used to present a wide variety of products, including shoes. But if you really want to take advantage of slatwall, it's recommended that you

use compatible “shoe shelves.” These shelves are inserted into the slatwall, at which point shoes can be displayed on top. By placing the shoes at or around eye-level, more shoppers will see them. Slatwall shoe shelves are a smart investment for any retail store owner who sells shoes, so make them a part of your visual merchandising strategy [2]

Every inch of space in a retail store counts when displaying merchandise. If potential customers can't see it, they won't buy it. That's a challenge in a small store, which doesn't have as much room for display, never mind inventory. Display the shoes you do carry to their best advantage to entice your customers to buy.

**Sell the Image.** When your customer considers buying a pair of sandals, she's not just buying the sandals, but buying into the image of a fun vacation while she wears the sandals. Display the shoes with complete outfits, including other accessories, to encourage impulse purchases. For example, if your store is showing bathing suits and cover-ups, add a pair of sandals to the display, along with a beach tote. The customer may have come intending to buy only the beach tote, but may purchase the sandals as well.

**Color Counts.** Show off the different colors of the shoes by creating a rainbow effect starting with red, sliding into orange, yellow, green, blue and violet. Another option is choosing seasonal colors such as red, white and blue to celebrate Independence Day. Black and white attract attention as well. Create a display that pairs black and white shoes with black and white handbags.

**Style Secrets.** Group the shoes by style to show off your selection rather than spreading the shoes around the store. If you don't have much room in your small store, use signage to let customers know shoes come in different colors of the same style. For example, if you display a pair of gold evening shoes, a small card could say that the shoes also come in silver and black. Another idea is to attach swatches of black and silver fabric to the card so the customer can better visualize the shoe in different colors.

**Change It Up.** Every month, change up your displays, even if the shoes are the same pairs you had last month. It's like rearranging the living room furniture. You notice paintings and accessories that weren't as obvious to you before. For example, putting the ficus plant in a new spot changes it into a focal point. Change the lighting in your store to highlight different pairs of shoes.

**Use Social Media.** Present your shoes on the Internet, where space isn't a problem. You might not have room to showcase a huge inventory of shoes in your

small retail shop, but you can on a website. Select a payment method so customers can make purchases. You most likely have a merchant account for your retail shop. If so, use that for online purchases. Or if you prefer, use a third-party processor such as Paypal, Google Checkout or Square. Set up social media sites on Facebook, Pinterest and Google+. Hold contests such as the ugliest pair of shoes. Friends and followers then post photos of what they think are the ugliest pair of shoes. Offer special discounts to your social media followers and, of course, announce new shoe styles and post photos of the shoes on the sites [3].

### **References:**

1. Merchandising for Shoes. Randy Pearson, December 7, 2017 URL: <https://annuseries.net/merchandising-for-shoes/>
2. Visual Merchandising Tips for Shoes. June 7, 2016 URL: <https://www.melvinroos.com/visual-merchandising-tips-for-shoes/>
3. Katie Jensen. Ways to Present Shoes for a Small Retail Store. URL: <https://smallbusiness.chron.com/ways-present-shoes-small-retail-store-78163.html>
4. Березина Е.А. Принципы осуществления мерчандайзинговой деятельности // Проблемы современной науки и образования. 2014. № 10 (28). С. 72-74.

**Smagulova Zh.B., master of economics, Burkut A., 4<sup>th</sup> year student**

*Korkyt Ata Kyzylorda State University, Kazakhstan*

## **MERCHANDISING FOR PERFUME – ROLE, MEANING AND TOOLS**

Merchandising is the activity of promoting the sale of goods at retail. Merchandising activities may include display techniques, free samples, on-the-spot demonstration, pricing, shelf talkers, special offers, and other point-of-sale methods. According to American Marketing Association, merchandising encompasses "planning involved in marketing the right merchandise or service at the right place, at the right time, in the right quantities, and at the right price." [1] Merchandising is the promotion of the sale of goods that can employ pricing, special offers, display and other techniques designed to influence consumers' buying decisions. The concept of merchandising is based on presenting products at the right time, at the right place, in the right quantity and at the right price to maximize sales[2].

Retail merchandising is the organization of merchandise in an appealing way to get shoppers who come to a brick and mortar retail store to be engaged and inspired to purchase more product than they initially thought they would. Retail merchandising covers everything from how you visually arrange your merchandise to the traffic patterns in your store, how you display items to promote add-on sales, to signage, and for apparel retailers - the power of the fitting room.

Visual merchandisers also analyze all of the behind-the-scenes data that proves what is effective and what isn't. This post serves as a tactical primer for retailers looking for visual merchandising strategies and product merchandising ideas [3].

Perfume is thousands of years old, with evidence of the first perfumes dating back to Ancient Egypt, [Mesopotamia](#) and Cyprus. The English word "perfume" comes from the Latin per fume, meaning "through smoke."

The Ancient Egyptians were the first to incorporate perfume into their culture, followed by the ancient Chinese, Hindus, Israelites, [Carthaginians](#), Arabs, Greeks, and [Romans](#).

The oldest perfumes ever found were discovered by archeologists in Cyprus. They were more than four thousand years old. A cuneiform tablet from Mesopotamia,

dating back more than three thousand years, identifies a woman named Tapputi as the first recorded perfume maker. But perfumes could also be found in India at the time.

The earliest use of perfume bottles is Egyptian and dates to around 1000 BCE. The Egyptians invented glass and perfume bottles were one of the first common uses for glass.

Persian and Arab chemists helped codify the production of perfume and its use spread throughout the world of classical antiquity. The rise of Christianity, however, saw a decline in the use of perfume for much of the [Dark Ages](#). It was the Muslim world that kept the traditions of perfume alive during this time—and helped trigger its revival with the onset of international trade.

The 16th century saw the popularity of perfume explode in France, especially among the upper classes and nobles. With help from “the perfume court,” the court of Louis XV, everything got perfumed: Furniture, gloves, and other clothing. The 18th-century invention of eau de cologne helped the perfume industry continue to grow [4].

When women buy a fragrance, they are often influenced by the projected experience associated with that scent. While their noses may ultimately do the picking, in many cases, a well constructed merchandising display can attract fragrance buyers and draw them into an immediate love affair with the scent in question. To ensure your fragrance shines above the rest, craft a captivating and attention-getting showcase for the scent.

**Floral Focus.** Connecting a fragrance with naturally fragrant flowers is a logical, and effective, choice. Particularly if the fragrance you are selling has floral notes, featuring flowers heavily in your display makes sense. While photos of flowers may be effective, using silk flowers to add dimension and excitement to the display likely will attract more attention. Select flowers that feature your product's fragrance; otherwise the display won't truly reflect the product.

**Soft and Silky.** Many women select fragrances because they want to feel feminine. To reflect this desire for femininity, create a display that features soft and silky lines and materials. For example, cover the fragrance display with pink silk, using pillows to add softness. To make the display more engaging, suspend the silk from the ceiling, allowing it to cascade down onto the table in smooth, clean lines.

**All the Glitters.** Attention-getting lighting can create a glittery scene that will naturally captivate potential buyers. Use spot lighting suspended from the ceiling or coming up from the ground to make the bottle of fragrance shimmer and glow. To increase the impact of this light addition, add crystals or glitter to the display, creating a more visually pleasing product.

**Photo Display.** Create an image that fragrance buyers will be eager to embrace by using photos in your display. Capture an image of a springtime field or chilly, snow-covered park scene. Blow these natural images up, and use one as a backdrop for your fragrance display, suggesting that selecting your fragrance will transport them to the time and place featured in your image [5].

**References:**

1. Definition of merchandising.  
URL:<http://www.businessdictionary.com/definition/merchandising.html>
2. **What is Merchandising?** URL:<https://www.oberlo.com/ecommerce-wiki/merchandising>
3. Retail Merchandising URL: <https://www.retaildoc.com/retail-101/retail-merchandising>
4. The History of Perfume by Mary Bellis Updated March 27, 2019 URL: <https://www.thoughtco.com/history-of-perfume-1991657>
5. Merchandising Ideas for Women's Fragrances by Erin Schreiner. URL: <https://smallbusiness.chron.com/merchandising-ideas-womens-fragrances-12144.html>

## Ewidencja i audyt

**Джаксыбекова А.К.**

*Докторант PhD Университета Нархоз, г. Алматы, Казахстан*

**Каипова Г.С.**

*к.э.н., Университет Нархоз, г. Алматы, Казахстан*

### **СУЩНОСТЬ НАЛОГОВОГО АУДИТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ**

Нехватка знаний и опыта у пользователей финансовой отчетности, а также секретный режим большинства данных стали серьезным препятствием к самостоятельному анализу текущей деятельности экономического субъекта. В связи с этим появилась необходимость в стороннем специалисте, который мог бы дать свое независимое заключение о состоянии дел заказчика. Современный рынок пришел к тому, что аудит финансового положения занял значимое место в механизме действующих рыночных отношений [1].

Аудит налогообложения представляет собой отдельную область аудита, первоочередной целью которой является осуществление проверки налогообложения и обязательств перед бюджетом по налогам. Аудитором исполняется аудиторское задание, в рамках которого ему необходимо изучить бухгалтерские и налоговые отчеты аудируемого лица [2].

В результате налогового аудита выполняются следующие задачи:

- корректируются данные
- происходит влияние на дальнейшее поведение налогоплательщиков, убеждающее их в обязательности погашения налоговых обязательств.

Основное преимущество аудитора перед другими специалистами заключается в том, что он имеет доступ к большому количеству информации. Это дает ему возможность не только установить частоту совершаемых ошибок и предотвращать самые частые способы уклонения от налогов, но и разработать новые методы, позволяющие заполнить пробелы действующего законодательства [3]

В дополнении к тому, что во время аудита налогообложения аудитор проверяет соответствие фактически выплаченных налоговых сумм с



действительно положенной к уплате, он также консультирует по поводу применения действующего законодательства, и ставит в известность о возможных штрафах при его несоблюдении [4].

Аудиторская проверка налоговых выплат может проводиться как по всем их видам в совокупности, так и по каждому в отдельности. Таким образом, в зависимости от объема охвата, выделяется несколько видов налогового аудита: тематический и комплексный. Однако практическая деятельность указывает на то, что следует выделять также структурный аудит, подразумевающий проверку правильности заполнения налоговых деклараций, их составления, а также расчетов определенных налогов, которые погашаются экономическим субъектом по месту нахождения его обособленных подразделений. Подобный аудит пользуется особым спросом среди крупных компаний, имеющих целую сеть обособленных подразделений.

При проведении общего аудита финансового положения, вопросы касающиеся исчисления, начисления и оплаты налоговых обязательств, освещаются частично. Зачастую подобная выборочная проверка может не удовлетворить потребности заказчика, так как пропускается немалое количество информации. Подобные случаи явились причиной того, что в некоторых случаях, в договорах с аудиторскими компаниями, объем работ по налоговому аудиту прописывается отдельно, придавая ему тем самым особое значение. Однако, современные исследования отмечают, что среди более крупных компаний повышается спрос на отдельный полноценный аудит налоговых обязательств [5].

Основной функцией налогового аудита, является анализ ошибок и рисков, при котором устанавливается:

- насколько верно были определены суммы доходов
- правильно ли произведен учет имущества
- обосновано ли признали отраженные расходы
- правомерны ли были налоговые вычеты и льготы.

Как правило, именно на этом этапе проверки и выявляются несоответствия, влекущие за собой налоговые проблемы.

Одним их наиболее востребованных клиентами аудиторских заданий является выявление налоговых резервов. При его исполнении аудитор определяет, использует ли клиент все законные возможности для уменьшения

налоговой нагрузки. Важную роль при этом играет знание специфики деятельности налогоплательщика, что требует от аудитора дополнительных знаний.

Из всего вышеупомянутого следует, что налоговый аудит является важной и востребованной сопутствующей аудиту услугой, позволяющей использовать финансовые ресурсы компании наиболее рациональным способом [6].

Список использованной литературы:

1. Дюсембаев К.Ш. Теория и эволюция аудита. Учебное пособие – Издательство «Экономика», 2012 – стр. 5-7
2. Суглобов А.Е., Терентьева Т.А. Аудит налогообложения. Учебное пособие – Издательство «Юнити», 2016 – стр. 6
3. Edmund Biber (2010) ‘Revenue Administration: Taxpayer Audit— Development of Effective Plans’, Fiscal Affairs Department International Monetary Fund, p 1
4. GholamReza Zandi, Abdulrahman Sultan M. Elwahi (2016) ‘TAX COMPLIANCE AUDIT: THE PERSPECTIVES OF TAX AUDITORS IN MALAYSIA’ Asian Development Policy Review, p. 146
5. Ровенских В.А., Слабинская И.А. Налоговый аудит в современных условиях. Вестник БГТУ им В.Г. Шухова, 2013 – стр. 128-129
6. Сафонова М.Ф., Калинина И.Н., Резниченко Д.С. Налоговый аудит Учебное пособие – Издательство «Феникс», 2019 – стр. 9-10.

**К.е.н. Булкот Г.В., студентка Кравченко В.В.**

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

## **КОНТРОЛЬ ЗА РУХОМ ГРОШОВИХ КОШТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ**

Більшість підприємств незалежно від характеру їхньої діяльності використовують грошові кошти, які є найбільш ліквідним засобом для здійснення поточних операцій і знаходяться у вільному обігу. Варто зазначити, що для підтримки конкурентоспроможності, забезпечення платоспроможності і попередження ризику банкрутства керівництво підприємства повинно приділяти особливу увагу питанням контролю обліку операцій з грошовими коштами та ефективності їхнього використання [4].

Незважаючи на те, що останнім часом спостерігається відхід від розрахунків за допомогою готівкових коштів й перехід до безготівкових операцій, питання контролю за грошовими коштами, як готівковими, так і безготівковими, на підприємстві не втрачає свою актуальність.

Основними завданнями, які постають перед суб'єктами контролю грошових коштів на підприємстві є: встановлення достовірності даних відносно наявності та руху грошових коштів та їх еквівалентів; виявлення економічної доцільності здійснення операцій з грошовими коштами та їх еквівалентами; встановлення повноти та своєчасності відображення інформації про рух грошових коштів та їх еквівалентів в первинних, зведених документах та облікових регістрах; регулювання та перенаправлення інформаційних потоків щодо наявності і руху грошових коштів та їх еквівалентів з метою вирішення завдання максимізації повноти та достовірності генерованих даних поряд з мінімізацією інформаційного пресу на керівників різних ланок управління; встановлення правильності ведення обліку грошових коштів та їх еквівалентів у відповідності з чинним законодавством та затвердженою обліковою політикою; коригування методики обліку грошових коштів та їх еквівалентів в межах правового поля із врахуванням тенденцій зміни інформаційних потреб користувачів; перевірка дотримання стану розрахунково-платіжної дисципліни;

модифікація та вдосконалення існуючих на підприємстві систем доступу, авторизації тощо з метою упередження можливих розкрадань, а також моделювання руху грошових потоків таким чином, щоб не допустити створення надлишків готівки в касі суб'єкта господарювання і, як наслідок, накладення штрафних санкцій; встановлення достовірності відображення залишків грошових коштів та їх еквівалентів у звітності (фінансовій та управлінській) підприємства; перерозподіл та оптимізація функціональних обов'язків структурних підрозділів підприємства з метою максимально ефективного формування та вчасного подання звітних форм зацікавленим особам [5, с. 372].

Обіг безготівкових коштів є легшим у контролі на державному рівні, порівняно з обігом готівки, оскільки інформація про обіг є більш доступною й контрольні функції на себе переймає як банк, так і правоохоронні органи [2]. Однак для запобігання несанкціонованому привласненню грошових коштів на рівні підприємства безготівкові кошти мають перевірятися на рівні з готівковими, зокрема доволі ефективним є звіряння залишків, відображених в бухгалтерії із залишками, вказаними у банківських виписках. За наявності сумніву в достовірності банківських виписок можливе проведення зустрічної перевірки з банківськими установами.

При здійсненні контролю готівкових коштів перш за все проводиться раптова інвентаризація каси, а потім – суцільна документальна перевірка операцій оприбуткування і видачі грошей з каси, правильності заповнення первинних касових документів, дотримання встановленого ліміту каси, перевірка видачі та використання грошових коштів підзвіт тощо.

Варто зазначити, що законодавством [3] чітко встановлені санкції за порушення розрахунково-касової дисципліни, тож суб'єкти внутрішньогосподарського контролю, на підприємствах яких наявна каса, повинні приділяти особливу увагу її перевірці, щоб не зазнавати суттєвих фінансових втрат у майбутньому.

Важливим недоліком контролю на більшості підприємств є те, що він ґрунтується на перевірці уже здійснених операцій, у той час як для підвищення ефективності функціонування фірми найбільш актуальною є спрямованість на майбутнє. Дієвими методами управління майбутніми грошовими потоками є бюджетування, збір інформації про заплановані платежі, перевірка та затвердження платежів, оперативне планування, оперативне управління

платежами тощо [1, с. 81]. Застосовуючи ці методи, можливо скласти плани руху грошових коштів за конкретний проміжок часу, що дозволить простежити ймовірні касові розриви, а також хто, коли, на які цілі і скільки може використати грошових коштів.

Отже, незважаючи на те, що керівник підприємства може сам вирішувати чи запроваджувати систему контролю, питання контролювання за надходженням та витрачанням грошових коштів є особливо актуальним через легкість здійснення махінацій та розкрадань як працівниками підприємства, так і сторонніми особами, тому саме за цією сферою обліку на підприємстві має бути здійснений бодай якийсь поверхневий контроль у вигляді раптових інвентаризацій, а в ідеалі – повноцінний контроль минулих та майбутніх касових та розрахункових операцій.

#### Література:

1. В.А. Міщенко, Р.Р. Силенко. Сучасне управління грошовими коштами на підприємстві. *Вісник НТУ «ХПІ»*. 2017. № 54. С.79-83. – URL: [http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/38549/1/vesnik\\_KhPI\\_2017\\_54\\_Mishchenko\\_Suchasne\\_upravlinnia.pdf](http://repository.kpi.kharkov.ua/bitstream/KhPI-Press/38549/1/vesnik_KhPI_2017_54_Mishchenko_Suchasne_upravlinnia.pdf). (дата звернення 18.10.2019).
2. Про затвердження Змін до Інструкції про безготівкові розрахунки в Україні в національній валюті : Постанова. Дата оновлення: 07.02.2019. URL: 25.06.2019. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0083500-19>. (дата звернення: 13.10.2019).
3. Положення про ведення касових операцій у національній валюті в Україні : Постанова Правління Національного банку України від 29.12.17 р. № 148. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0148500-17>. (дата звернення: 13.10.2019).
4. Радіонова Н.Й., Жура К.О. Концептуальний підхід до організації та методики проведення аудиту грошових коштів підприємства. *Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка»*. 2017. №5. – URL:

[https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/8540/1/20171213\\_201.pdf](https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/8540/1/20171213_201.pdf). (дата звернення 18.10.2019).

5. Теслюк Н.П. Організація контролю за грошовими коштами та їх еквівалентами, інтегрованого в систему управлінського обліку. *Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія*. 2012. Вип.9. С. 370-373. – URL: [http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis\\_nbuv/cgiirbis\\_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&IMAGE\\_FILE\\_DOWNLOAD=1&Image\\_file\\_name=PDF/Upsal\\_2012\\_9\\_91.pdf](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&IMAGE_FILE_DOWNLOAD=1&Image_file_name=PDF/Upsal_2012_9_91.pdf). (дата звернення 18.10.2019).

**К.е.н. Булкот Г.В., студентка Каташевич М.Е.**

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

## **ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ КОНТРОЛЮ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ, УСТАНОВАХ, ОРГАНІЗАЦІЯХ УКРАЇНИ**

Власний капітал є важливою компонентою при формуванні ресурсів окремого господарюючого суб'єкта. В момент створення підприємства його стартовий капітал складається з необоротних матеріальних, нематеріальних, монетарних та немонетарних активів, запасів, які є необхідними для здійснення фінансово-господарської діяльності.

Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» визначає власний капітал як частину в активах підприємства, що залишається після вирахування його зобов'язань.

Власний капітал – це невід'ємна частина будь-якого підприємства, а його зміни мають вагомий вплив на ефективність діяльності підприємства, а отже і на його прибуток. Саме тому актуальним є питання про створення надійної системи внутрішнього контролю за змінами розміру та складу власного капіталу на підприємствах усіх форм власності в Україні.

Оскільки власний капітал – це основа для формування активів підприємства виникає необхідність запровадження надійної та якісної системи його контролю на рівні суб'єкта господарювання. Перш за все, головне завдання створення такої системи є ефективне управління підприємством в інтересах засновників, учасників та інвесторів, які очікують позитивний ефект від використання вкладених ними ресурсів.

Базою для проведення контролю власного капіталу є первинна документація та реєстри бухгалтерського обліку, фінансова звітність, а також документи попередніх перевірок.

Об'єктами контролю операцій з власним капіталом є: облікова політика, бухгалтерські операції, записи в первинній документації, реєстрах обліку та

фінансовій звітності, а також порушень, які були виявлені під час минулих перевірок.

Метою контролю власного капіталу є перевірка даних бухгалтерського обліку і показників фінансової звітності операцій з власним капіталом суб'єкта.

До його основних завдань слід віднести: узагальнення основних відомостей про суб'єкт господарювання, перевірку наявності і відповідності форм статутної документації та дотримання норм чинного законодавства щодо формування власного капіталу; виявлення повноти і своєчасності внесків засновників підприємства та правильність їх відображення в обліку; дослідження економічного обґрунтування операцій з формування фінансових результатів, їх використання і розподілу; оцінку правомірності і відповідного відображення в обліку змін власного капіталу впродовж звітного періоду; підтвердження правильності вартісної оцінки майна, внесеного засновниками; надання оцінки системі бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю власного капіталу; перевірку правильності розподілу прибутку, що залишається в розпорядженні господарюючого суб'єкта за результатами року, обчислення доходів засновників та акціонерів.

Таким чином, основними етапами контролю власного капіталу на підприємствах України є: визначення залишків на рахунках бухгалтерського обліку власного капіталу та співставлення їх з інформацією в установчих документах та облікові політиці; документальна перевірка операцій формування та змін зареєстрованого (пайового) капіталу; контроль дотримання обмежень щодо викупу акцій та граничного строку погашення вилученого та неоплаченого капіталу; контроль операцій з капіталом в дооцінках та додатковим капіталом; контроль операцій з резервним капіталом; перевірка операцій з прибутком підприємства; контроль відповідності розміру чистих активів статутного капіталу та проведення аналітичних розрахунків; контроль правильності ведення бухгалтерського обліку власного капіталу; контроль відповідності даних фінансової звітності даним облікових реєстрів в частині власного капіталу.

Отже, здійснюючи контроль власного капіталу, необхідно перевірити його складові, оцінити внесене майно, вести моніторинг системи бухгалтерського обліку, фінансової та господарської інформації, дотримання нормативних актів, економічності та ефективності діяльності підприємства тощо. Правильність і своєчасність контролю сприяє забезпеченню збереження



майна підприємства, дотримання засновниками своїх зобов'язань, об'єктивного відображення прибутку підприємства, що сприяє прозорості діяльності та інвестиційній привабливості підприємства.

Література:

1. Воськало Н.М. Контроль формування та обліку власного капіталу підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2015. Випуск 12. Частина 1. С.199–203. – URL: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_12/50.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_12/50.pdf). (дата звернення: 28.10.2019).

2. Назаренко О.В., Чижова Т.С. Організаційні аспекти формування, обліку та аудиту власного капіталу підприємств. *Економіка та держава*. 2019. №9. С.30 – 34. – URL: [http://www.economy.in.ua/pdf/9\\_2019/7.pdf](http://www.economy.in.ua/pdf/9_2019/7.pdf). (дата звернення: 28.10.2019).

3. Коваль Л.В., Болехівська В.В. Бухгалтерський облік власного капіталу в управлінні підприємством. *Агросвіт*. 2019. №9. С.53–58. – URL: [http://www.agrosvit.info/pdf/9\\_2019/9.pdf](http://www.agrosvit.info/pdf/9_2019/9.pdf). (дата звернення: 28.10.2019).

**К.е.н. Булкот Г.В., студентка Савенко М.О.**

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

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

Головною метою діяльності будь якого підприємства є отримання прибутку, тобто позитивного фінансового результату. Але іноді фінансовий результат може бути недостовірно визначений, деякі операції можуть пройти повз відображення в обліку і при перевірці податковою або іншими службами зовнішнього контролю підприємство може отримати велику кількість штрафів та навіть зазнати збитків. Тому, існує необхідність внутрішнього контролю фінансового результату на підприємстві.

Фінансовий результат – це збільшення (чи зменшення) вартості власного капіталу підприємства, який утворюється в результаті його підприємницької діяльності за звітний період. Відповідно до НП(С)БО 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» фінансовий результат відображається в Звіті про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід). Тому саме цей Звіт береться за основу при перевірці фінансового результату на підприємстві.

Базовими поняттями процесу формування фінансового результату є доходи і витрати. Тому, першим кроком контролю фінансового результату на підприємстві є правильність ведення обліку та відображення доходів і витрат.

Основними завданнями при здійсненні контролю обліку доходів і витрат є:

- вивчення облікової політики, а саме особливостей відображення та обліку доходів і витрат на даному підприємстві;
- контроль правильності розмежування доходів і витрат за класифікаційними групами;
- контроль правильності документального оформлення списання витрат;
- перевірка правильності оцінки та визнання доходів, а також їхнє відображення в обліку;

- перевірка правильності відображення доходів і витрат спочатку на рахунках бухгалтерського обліку, а потім у регістрах та звітах.

Наступним кроком, є власне перевірка фінансових результатів діяльності підприємства. Даний етап контролю передбачає виконання наступних процедур:

контроль правильності оформлення первинних документів;

визначення правильності обліку результатів від операційної, інвестиційної та фінансової діяльності підприємства;

перевірка правильності нарахування податків з прибутку підприємства, та іншої діяльності, які потрібно сплатити до бюджету;

співставлення показників фактичного прибутку з пловими, визначення відхилень та їх причин;

перевірка тотожності показників регістрів бухгалтерського обліку фінансових результатів із фінансовою звітністю.

Отже, контроль фінансових результатів на підприємстві повинен проводитись за наступною методикою.

На першому етапі потрібно провести детальну перевірку, дослідити облікову політику, визначити правильність та порядок відображення доходів і витрат, а також правильність та порядок визначення фінансових результатів. Тобто необхідно зрозуміти як саме здійснюється облік доходів і витрат на підприємстві та перевірити правильність ведення його, починаючи від перевірки первинних документів, відображення на рахунках і закінчуючи відображенням в регістрах та фінансовій звітності.

На другому етапі необхідно порівняти планові показники результатів діяльності підприємства з фактичними. Далі потрібно визначити відхилення та знайти причини цих відхилень. Тобто слід застосувати прийоми, які вкажуть на можливість конкретних порушень.

На третьому етапі слід здійснити детальну перевірку лише на тих ділянках, на яких виявлено суттєві відхилення, зловживання або порушення. Після цього необхідно надати оцінку результатів роботи підприємства, вказати на виявлені правопорушення та дати рекомендації з усунення цих недоліків та попередження їх виникнення в майбутньому.

Отже, узагальнюючи все вищевикладене, можна зробити висновок, що, контроль фінансового результату діяльності підприємства є дуже важливим, оскільки допомагає усунути загальні недоліки в роботі підприємства та збільшити його прибутки.

Література:

1. Бенько М.М. Розвиток контролю результату операційної діяльності з урахуванням сучасних запитів. Ефективна економіка. 2015. №2. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=3768>. (дата звернення: 28.10.2019).

2. Туз О.К., Бурковська А.В. Організація системи внутрішнього контролю фінансових результатів діяльності підприємства. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2015. Вип. 8. С. 644–646. – URL: <http://global-national.in.ua/archive/8-2015/136.pdf>. (дата звернення: 28.10.2019).

**Магістр Вільчик Т.Ю.**

*Національний технічний університет «Дніпровська політехніка», Україна*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ І АУДИТУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ТА КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ**

У сучасних умовах господарювання наявність на підприємстві значних розмірів дебіторської чи кредиторської заборгованості по-різному впливає на фінансовий стан підприємства. Надмірна дебіторська заборгованість знижує ліквідність активів та платоспроможність підприємства, а також відволікає зайві грошові кошти. Так за реалізовані на умовах відстрочкою платежу товари, роботи, послуги, по закінченні звітного періоду підприємство має сплатити державі податки, працівникам – заробітну плату, орендодавцям – орендну плату, постачальникам – за товар і т.д. Якщо оплата за реалізовані товари вчасно не надійшла, то підприємство вимушене відволікати власні оборотні кошти з метою здійснення розрахунків щодо зобов'язань. Дебіторська заборгованість є важливою частиною активів суб'єкта господарювання. Згідно стандартів обліку і звітності у структурі балансу будь-якого підприємства вона має місце як у першому, так і у другому його розділах. На сьогоднішній день, особливо актуальним є вивчення обліку та дослідження аналізу і аудиту дебіторської та кредиторської заборгованості з метою забезпечення максимальних гарантій для користувачів фінансової звітності щодо достовірності, реальності, повноти і законності наведеної інформації.

Основним джерелом інформації про фінансовий стан суб'єктів господарювання є фінансова звітність. Дебіторська заборгованість входить до складу оборотних активів та впливає на показники фінансового стану. Для функціонування підприємства досить важливе значення має управління й аналіз дебіторської заборгованості. Розглядаючи фінансовий стан підприємства, доцільно вивчати динаміку, склад, структуру, а також причини, строки існування і давності створення дебіторської заборгованості. При її дослідженні необхідно керуватися Положенням (стандартом) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість», у якому визначено методологічні засади формування бухгалтерського обліку та розкриття у фінансовій звітності

інформації про дебіторську заборгованість. Вона виникає внаслідок розрахунків підприємства з покупцями, постачальниками, фінорганамии, замовниками, працівниками.

Виникнення дебіторської заборгованості – нормальна ознака фінансово-господарської діяльності підприємства. Кожен суб'єкт господарювання зацікавлений в оптимізації її обсягу. Це зумовлено тим, що скорочення дебіторської заборгованості є резервом зниження потреби підприємства в обігових коштах та прискорення швидкості їх обігу[1,2].

Для будь-якого підприємства дебіторська заборгованість має важливе значення, тому що за своїм змістом вона є інструментом кредитування дебітора за отримані ним товари, надані роботи чи послуги на безвідсотковій основі. Розмір дебіторської заборгованості залежить від обсягу продажів, умов розрахунку з покупцями (передоплати, наступної оплати), періоду відстрочки платежу, платіжної дисципліни покупців, організації контролю за станом дебіторської роботи і претензійної роботи на підприємстві.

У процесі своєї діяльності підприємства систематично вступають у господарські відносини з іншими суб'єктами — працівниками, засновниками, покупцями, постачальниками, фінансово-кредитними організаціями, іншими контрагентами, органами державної влади та місцевого самоврядування тощо. В результаті таких відносин виникають дебіторська та кредиторська заборгованості, які є предметом безперервного контролю з боку керівництва й фінансових служб. З огляду на це необхідно забезпечити якісне і своєчасне відображення інформації про заборгованість у системі бухгалтерського обліку.

Діяльність суб'єкта господарювання тісно пов'язана з виникненням дебіторської та кредиторської заборгованості. Їх величина впливає на фінансову стійкість та платоспроможність підприємства. Дебіторська заборгованість у сучасних умовах для покупців виступає джерелом кредитування їх діяльності на дуже вигідній основі, тому що виступає безвідсотковим кредитом. Ця обставина обумовлює, крім перегляду традиційного розуміння самої сутності дебіторської заборгованості, ще й необхідність застосування ефективних управлінських дій, спрямованих на регулювання її розмірів.

Зобов'язання боржника або борг, виражені в грошах, називають кредиторською заборгованістю. Грошова оцінка прав вимоги в бухгалтерському обліку називається дебіторською заборгованістю.

Облік дебіторської та кредиторської заборгованості є одним із важливих та дискусійних питань. Необхідною умовою якісного інформаційного забезпечення обліку заборгованості є визначення її сутності та проведення класифікації.

Кредиторська заборгованість означає використання коштів, які не належать підприємству. Якщо поглянути на дебіторську та кредиторську заборгованість із позиції економічної науки і розглянути їх як самостійні категорії, тобто як узагальнене поняття, то можна визначити їхню економічну природу таким чином: дебіторська та кредиторська заборгованості виражають економічні відносини, що виникають між продавцями і покупцями у процесі купівлі-продажу продукції, товарів і послуг та зумовлені розбіжністю у часі переходу права власності (розпорядження, використання) з моментом платежу, що пов'язано з об'єктивними умовами, які створюються у процесі виробництва, реалізації й організації розрахунків [3].

Для ефективного управління діяльністю підприємства недостатньо здійснювати тільки кількісний аналіз показників оцінки поточного стану та стратегічно важливих перспектив управління активами. Необхідно застосовувати якісний аналіз, основне завдання якого полягає у виявленні видів продукції, за якими виникає найбільша дебіторська заборгованість за товари, роботи, послуги, а також у визначенні найбільш важливих клієнтів (споживачів, посередників, постачальників) підприємства, основних видів продукції, за якими найчастіше виникає дебіторська заборгованість.

У найзагальнішому вигляді зміни в обсязі дебіторської та кредиторської заборгованості за звітний період можуть бути охарактеризовані даними горизонтального та вертикального аналізу балансу. Аналіз здійснюється за даними внутрішньої звітності підприємства і використовується для потреб управління. Але, як відомо, для зовнішніх користувачів інформації також дуже важливий стан дебіторської заборгованості підприємства, бо зростання її завжди свідчить про фінансову нестабільність.

Литература:

1. Кручак, Л. В. Аналіз дебіторської заборгованості підприємства. Матеріали міжнародної наукової конференції «Економіка та соціум: сучасний фундамент розвитку людства», м. Лейпциг (Німеччина), 2016.
2. Гончарук Р.П. Сутність та класифікація кредиторської заборгованості: колізії наукових підходів // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. – 2015. – №. 1(59), Ч. 1.
3. Матицина Н.О. Основні засади регулювання розрахункових відносин через управління дебіторською заборгованістю / Н.О. Матицина // Бухгалтерський облік і аудит. – 2015. – № 12. – С. 38–42.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість», затверджено наказом Міністерства фінансів України № 273 від 08. 10.1999 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України [сайт]. — Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>.



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

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

## **ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ЗА ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ, УСТАНОВАХ, ОРГАНІЗАЦІЯХ УКРАЇНИ**

В Україні сформована значна система контролю за імпортними операціями на державному рівні, оскільки урегульована зовнішньоекономічна діяльність є складовою національної безпеки держави. Відповідно на рівні підприємств, які здійснюють таку діяльність, мають враховуватися всі визначені норми бухгалтерського, валютного, податкового та митного законодавства. Тоді з'являється об'єктивна потреба у системі внутрішнього контролю, яка буде вчасно реагувати на зміни у веденні зовнішньоекономічної діяльності.

Враховуючи багатогранність імпортних операцій, з якими стикаються українські підприємства, система внутрішнього контролю повинна вирішувати такі основні завдання: перевірка одночасності відображення руху імпортних товарів в аналітичному та синтетичному обліку, відслідковування змін в законодавстві, а також нагляд за кожною імпортною операцією у кількісному та часовому вимірі.

Суб'єктами контролю за імпортними операціями можуть бути як окремі працівники, наприклад, з управлінського чи фінансового обліку, так і цілеспрямовані підрозділи. Це залежить від таких факторів, як розмір підприємства, асортимент імпортованої продукції, кваліфікація персоналу, форма ведення ділових відносин з контрагентами тощо. Бажано, щоб система внутрішнього контролю була побудована з урахуванням принципу максимальної централізації, тобто підпорядковувалась безпосередньо керівнику підприємства для виключення впливу інших зацікавлених осіб на ведення імпортної діяльності. Розглянемо більш детально контроль за імпортною операцією у відповідності до форм внутрішнього контролю.

Попередній контроль пов'язаний з правовим аспектом купівлі товару чи послуги. Оскільки, як зазначає У.О. Марчук [2] попередній контроль виконує превентивну функцію, то основним пунктом програми контролю є перевірка

договірної документації, дотримання термінів виконання договорів, а також відповідність умов прописаних у договорі правилам ІНКОТЕРМС 2010. Для реалізації поставлених завдань контролери застосовують прийоми документального контролю, зокрема нормативно-правову та формальну перевірки.

Поточний контроль стосується дій і операцій у ході їх виконання з метою встановлення, чи правильно вони проходять і відповідають встановленим визначенням [1]. На цьому етапі суб'єкт контролю має зосередити свою увагу на правильності оформлення імпортованих товарів, робіт, послуг за кількістю, вартістю, часовими межами, перевірити усі дані вказані в митній декларації (в т.ч. нарахування мита, акцизу, ПДВ тощо), а також перевірки підлягають включення до первісної вартості транспортних, страхових та інших затрат. Крім того особливої уваги потребують розрахунки з контрагентами. Оскільки вони проводяться в іноземній валюті, вони можуть підлягати валютному нагляду з боку державних органів, тому такі дані варто постійно моніторити. Для перевірки правильності вирахування курсових різниць доцільно щоденно перераховувати курсові різниці, адже останнім часом податкові органи звертають на це багато уваги. Первинні документи та довідкова інформація, необхідна для ведення поточного контролю складається з: актів, коносаментів, інвойсів, договорів страхування, вантажних митних декларацій, офіційні курси валют НБУ, виписки банку з валютного рахунку. Для реалізації поточного контролю контролери застосовують прийоми як фактичного, так і документального контролю: нормативно-правову, формальну, зустрічну, взаємну арифметичну перевірки, інвентаризацію, огляд, обстеження та експертну оцінку.

Підсумковою стадією контролю є підсумковий контроль, який не має впливу імпортовану діяльність підприємства і полягає у визначенні ступеню організації контролю та формування пропозицій щодо його удосконалення. Документами, які можуть використовуватися на даній стадії є звітність про роботу відділу та результати імпортованого контролю, форми якої є довільні та які затверджуються на підприємстві.

Тому, на нашу думку, варто орієнтуватися на законодавчі акти, оскільки саме вони є першоджерелом для ведення будь-якої діяльності в Україні. Для формування дієвої системи внутрішнього імпортованого контролю виділено

основні завдання, які постають перед суб'єктами контролю та проаналізовано основні форми контролю орієнтуючись на імпорتنу діяльність, які можуть застосовуватися.

Література:

1. Євдокимов В.В., Венцель В.Т. Внутрішній контроль операцій експорту та імпорту товарів. *Вісник Донбаської державної машинобудівної академії*. 2011. №3(24). С.79-84.
2. Марчук У.О. Романчук А.А. Функції контролю в системі управління підприємством. *Економіка, фінанси, право*. Київ, 2013. №1. С.31-34.
3. Мельник О.Г., Нагірна М.Я. Імпортна діяльність підприємств як об'єкт етіологічної діагностики. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Львів, 2013. № 778. С. 173-179.

**студент Марченко В.О.**

*Національний технічний університет «Дніпровська політехніка»*

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИКА ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ І ПОДАТКОВОГО КОНТРОЛЮ РОЗРАХУНКІВ ПІДПРИЄМСТВА З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ.**

Організація обліку, аналізу та аудиту розрахунків з покупцями і замовниками на підприємстві будь-якої форми власності має важливе значення, оскільки сприяє упорядкуванню інформації, прозорості та достовірності даних із розрахункових операцій з дебіторами.

Нині важливим елементом у діяльності будь-якого підприємства є здійснення контролю дебіторської заборгованості при розрахунках з покупцями та замовниками. Метою контролю розрахунків з покупцями та замовниками є встановлення законності, достовірності і доцільності здійснення розрахунків з покупцями та замовниками підприємства і правильності їх відображення в обліку.

Розрахунки з покупцями і замовниками мають динамічний характер, а тому потребують постійного контролю і впливу з боку управлінського персоналу у загальній системі менеджменту підприємства. Ця діяльність нерозривно пов'язана з обробкою великих потоків економічної інформації, яка істотно залежить від ефективності системи обліку на підприємстві. Адже для нормального управління і функціонування потрібна достовірна і своєчасна інформація про стан дебіторської заборгованості, законність, підтвердженість господарських операцій.

Аналіз стану розрахунків підприємства з покупцями і замовниками дуже важливий, оскільки великий вплив на оборотність капіталу, вкладеного в поточні активи, а отже, і на фінансовий стан підприємства надає збільшення або зменшення їх заборгованості.

Дебіторська заборгованість значно впливає на фінансовий стан підприємства, особливо в нинішній час, коли гостро постає проблема неплатежів за отриманні товари, роботи, послуги. Аудит розрахунків підприємства з покупцями і замовниками є просто необхідним для забезпечення гарантій

користувачів фінансової звітності, щодо достовірності і законності інформації про неї.

Правильність організації бухгалтерського обліку, документування та відображення в бухгалтерському обліку розрахунків з покупцями та замовниками є передумовою успішної діяльності підприємства. Для організації обліку того чи іншого процесу необхідно чітко уявити його цілі та значення для управління господарством, економічну сутність та характеристику, з'ясувати облікові задачі. В цьому зв'язку актуальним є вивчення обліку розрахунків з покупцями та замовниками.

Здійснення контролю є необхідним для підприємств, оскільки дає змогу дослідити економічну доцільність та правильність господарських операцій, дотримання законності їх здійснення. Завдяки результатам контролю, керівництво має можливість вчасно та швидко визначити шляхи вирішення проблем та попередити їх виникнення в майбутньому.

Л. В. Гуцаленко зазначає, що контроль є основним джерелом інформаційного забезпечення управління підприємства. Він розробляється власником (керівництвом підприємства) та спрямований на: забезпечення дотримання законності й економічної доцільності здійснення операцій; збереження майна; попередження, виявлення і виправлення суттєвих помилок та спотворень інформації; належне формування облікових даних та фінансової звітності [1]. На думку М. М. Коцупатрого, контроль є системою безперервного спостереження за ефективністю використання майна суб'єкта, законністю і доцільністю господарських операцій і процесів, за збереженням грошових коштів і матеріальних цінностей [2, с. 433].

Метою написання статті є дослідження особливостей внутрішнього контролю розрахунків з покупцями та замовниками на підприємстві, а також розкриття економічної сутності і змісту розрахунків з покупцями та розробка рекомендацій з удосконалення обліку та аналізу процесу придбання майна підприємством, формування в бухгалтерському обліку інформації щодо невиконання договорів, виявленні розходження в супровідних документах з метою одержання якісного майна, недопущення втрат майна при транспортуванні, своєчасних розрахунків з постачальниками і замовниками. Методологічною основою дослідження є діалектичний метод пізнання. Для розкриття сутності та змісту категорій застосовувались методи теоретичного

узагальнення – аналіз і синтез, індукція і дедукція, системний підхід, порівняння, аналогія, абстрагування.

Одержані результати спрямовані на підвищення рівня організації та ведення обліку розрахунків з постачальниками і замовниками. Впровадження запропонованих рекомендацій дасть необхідний імпульс і сприятиме зростанню якості облікової інформації.

### Література

1. Гуцаленко Л. В. Внутрішньогосподарський контроль. [текст]: навч. посіб. / Л. В. Гуцаленко, М. М. Коцупатрий, У. О. Марчук – К.: «Центр учбової літератури», 2014. – 496 с. [Електронний ресурс].
2. Коцупатрий М. Внутрішньогосподарський контроль: організаційні аспекти та класифікаційні ознаки / М. Коцупатрий, У. Гуцаленко // Економічний аналіз. – 2010. – Випуск 6. – С. 433-436.

## CONTENTS

### EKONOMICZNE NAUKI

#### Gospodarka przedsiębiorstwa

- Усаченко О. О.** МЕХАНІЗМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ВИРОБНИЦТВА В ОБОРОННІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ ..... 3
- Фадєєва І.Г.** КООРДИНАЦІЯ РОБОТИ ПІДСИСТЕМ ЯК УПРАВЛІНСЬКА ЗАДАЧА ФОРМУВАННЯ СИНЕРГІЧНИХ ЕФЕКТІВ У НАФТОГАЗОВИДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ КОРПОРАТИВНОЇ СТРУКТУРИ..... 6

#### Logistyka

- Mubarak Ateeq Sultan Alafreet Alkuwaiti, Saltanat Jakubayeva** “THE SILK ROAD” IN CENTRAL ASIA ..... 11
- Залесский Б. Л.** ВЕКТОРЫ ЕВРАЗИЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ - СЕРБИЯ, ИРАН, КИТАЙ..... 19

#### Gospodarka rolna

- Утегенова К.А., Жолдасбек Б.Б.** АЙМАҚТА АУЫЛ ШАРУАШЫЛЫҒЫН КАДРЛАРЫН БАСҚАРУ КАДРЛАРЫН ҚАЙТА ДАЯРЛАУ ..... 22

#### Rozporządzenie stan gospodarki

- Халатур С.М., Іванова О.І.** ПРИНЦИПИ ДОСЛІДЖЕННЯ ВАЛЮТНОГО РИНКУ УКРАЇНИ..... 25
- Балтабаева А. К.** CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITIES ECONOMIC DEVELOPMENT IN KAZAKHSTAN: PROBLEMS AND PROSPECTS ..... 28

#### Banki i system bankowy

- Романовский Ю. А., Селин Ю.Н.** АНАЛИЗ КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ БАНКА ..... 34

#### Finansowe stosunki

- Бибитбек Ауез** ПЛАНИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТОВ В УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ..... 39

#### Kierowanie pracującymi zasobami

- Саденова А.Ж., Жамулдинов В.Н.** РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В СОЦИАЛЬНОЙ СТАБИЛЬНОСТИ ОБЩЕСТВА..... 54

#### Marketing i management

- Smagulova Zh.B., Abdugafarova M.** VISUAL MERCHANDISING FOR SHOES .... 58

**Smagulova Zh.B., Burkut A.,** MERCHANDISING FOR PERFUME – ROLE, MEANING AND TOOLS ..... 61

**Ewidencja i audyt**

**Джаксыбекова А.К. , Каипова Г. С.** СУЩНОСТЬ НАЛОГОВОГО АУДИТА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ ..... 64

**Булкот Г.В., Кравченко В.В.** КОНТРОЛЬ ЗА РУХОМ ГРОШОВИХ КОШТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ..... 67

**Булкот Г.В., Каташевич М.Е.** ОРГАНІЗАЦІЙНІ АСПЕКТИ КОНТРОЛЮ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ, УСТАНОВАХ, ОРГАНІЗАЦІЯХ УКРАЇНИ..... 71

**Булкот Г.В., Савенко М.О.** ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ..... 74

**Вільчик Т.Ю.** ОРГАНІЗАЦІЯ ОБЛІКУ І АУДИТУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ТА КРЕДИТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ..... 77

**Булкот Г.В., Бондаренко Є.А.** ОСОБЛИВОСТІ КОНТРОЛЮ ЗА ІМПОРТНИМИ ОПЕРАЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ, УСТАНОВАХ, ОРГАНІЗАЦІЯХ УКРАЇНИ ..... 81

**Марченко В.О.** ОРГАНІЗАЦІЯ ТА МЕТОДИ КА ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ І ПОДАТКОВОГО КОНТРОЛЮ РОЗРАХУНКІВ ПІДПРИЄМСТВА З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗА МОВНИКАМИ ..... 84

**CONTENTS.....87**

- \*254888\*
- \*274329\*
- \*255883\*
- \*274533\*
- \*274397\*
- \*256106\*
- \*256149\*
- \*256194\*
- \*274381\*
- \*274510\*
- \*256200\*
- \*274410\*
- \*274417\*

- \*274453\*
- \*274454\*
- \*274455\*
- \*274492\*
- \*274502\*
- \*274547\*